Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos
(Organizador)

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

EN CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

Ano 2023

Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos
(Organizador)

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

EN CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

Ano 2023

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código Penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce,* ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

APRESENTAÇÃO

Em **INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA EM CIENCIAS SOCIALES APLICADAS**, coletânea de quinze capítulos que une pesquisadores de diversas instituições, congregamos discussões e temáticas que circundam a grande área das Ciências Sociais Aplicadas a partir de uma ótica que contempla as mais vastas questões da sociedade.

Temos, no presente volume, reflexões que explicitam essas interações. Nelas estão debates que circundam realidades de sociedades e países diversos, através de temas como valores ancestrais, cultura, ética, consumo, consumidor, política monetária, América Latina, pandemia, bancos centrais, cidadania, transporte urbano, patrimônio, turismo, memória, saúde, pobreza, trabalho, comercialização de plantas ornamentais, educação, competências docentes, estratégias integradoras, matemática, educação básica e investigação jurídica.

Assim sendo, convidamos todos os leitores para exercitar diálogos com os estudos aqui contemplados.

Tenham proveitosas leituras!

Adaylson Wagner Sousa de Vasconcelos

SUMÁRIO

INCIDENCIA INTERCULTURAL Y LOS VALORES ANCESTRALES, DE LA CULTURA WAYUU, DEPARTAMENTO DE LA GUAJIRA

Data de aceite: 02/10/2023

Marili Ustate Perez
Magister En Dirección Y Organización De Empresas Turisticas.

Ana Josefa Ochoa Redondo
Magister En Dirección Y Organización De Empresas Turisticas

Leyla Figueroa Royero
Doctora En Ciencias Gerenciales

Yamilka Ochoa Redondo
Magister En Ciencias Sociales Y Humanas

Franklin Angulo Rangel
Doctor En Ciencias Gerenciales

RESUMEN: La etnia Wayúu, es una de nuestras culturas aborígenes intransigentes en no querer desaparecer. Se encuentra ubicada en el departamento de La Guajira, junto con cinco etnias más como son: Arhuacos, Kankuamos, Wiwas y Kogui, las cuales son compartidas entre los departamentos del Magdalena y Cesar, y otra etnia poco conocida y menos importante, como son los Cariachiles, asentados en el municipio del Molino, al sur del departamento de La Guajira. El departamento de La Guajira se encuentra ubicado al norte de Colombia, uno de los fundamentos de esta cultura, es su sistema normativo wayúu, el cual es aplicado por la máxima autoridad de ese pueblo. Según sus usos y costumbres, es el palabrero o *putchipu*, quien tiene las mismas funciones de un abogado en la cultura occidental. Este componente es propio de una cultura antiquísima, y es integrada con ciertos valores como es la rectitud, la vida y la dignidad; en esta cultura, el valor de la palabra tiene mucha fuerza, es y debe ser respetada por la sociedad. En el presente apartado se procura entrever, ciertos elementos de la cultura y, por ende, lo principal, es el conocimiento sobre su forma de gobierno que son sus propias normas. No obstante, se puede expresar que el sentido de la vida tiene mucha importancia para esta cultura y su bienestar, por ello, es importante tener en cuenta que es lo significativo y cuáles son sus usos y costumbres para la solución de los conflictos.

PALABRAS CLAVES: Incidencia, Interculturalidad, negociaciones, valores, avenencias.

INTERCULTURAL INCIDENCE AND ANCESTRAL VALUES OF THE WAYUU CULTURE, DEPARTMENT OF LA GUAJIRA

ABSTRACT: The Wayúu ethnic group is one of our intransigent aboriginal cultures in not wanting to disappear. It is located in the department of La Guajira, along with five more ethnic groups such as: Arhuacos, Kankuamos, Wiwas and Kogui, which are shared between the departments of Magdalena and Cesar, and another little- known and less important ethnic group, such as the Cariachiles, settled in the municipality of Molino, in the south of the department of La Guajira. The department of La Guajira is located in the north of Colombia, one of the foundations of this culture is its Wayúu normative system, which is applied by the highest authority of that town. According to their uses and customs, it is the palabrero or putchipu, who has the same functions as a lawyer in Western culture. This component is typical of a very ancient culture, and is integrated with certain values such as rectitude, life and dignity; In this culture, the value of the word is very strong, it is and must be respected by society. In this section we try to glimpse certain elements of the culture and, therefore, the main thing is the knowledge about its form of government, which are its own rules. However, it can be expressed that the meaning of life is very important for this culture and its well-being, therefore, it is important to take into account what is significant and what are its uses and customs for the solution of conflicts.
KEYWORDS: Incidence, Interculturality, negotiations, values, agreements.

INTRODUCCIÓN

Negociar es posiblemente, una de las expresiones que se pronuncian frecuentemente, es un término hoy por hoy, expresado en medios de comunicación; ya sea que se haga de manera directa o como mediadores de cualquier desavenencia presentada, es, en lo que se puede convertir alguna persona sin estar al tanto de la problemática presentada, es pues, un acto, en donde se reúnen para darle solución a cualquier situación que se presente. de hecho, el proceso de negociación está presenta en casi todos los actos de la existencia de cualquier persona, se influye en un pacto, pero, a su vez, la persona es influenciada por ella.

Se puede señalar entonces, que la negociación puede ser definida de diferentes maneras, cada autor la define desde su perspectiva o punto de vista, buscando solucionar una problemática que se ha presentado; comenzando con la definición, en la presente investigación se pretende abordar las diferentes etapas y aspectos que pasan en un proceso de negociación de índole familiar, como es el caso que concierne la realización de este trabajo, específicamente en el departamento de La Guajira, el cual es un tema muy particular y donde se ve de manera permanente la negociación entre las familias, ya sean estas de la etnia wayuu o de los arijunas, en donde intervienen un palabrero o abogado wayuu.

Se puede señalar que la negociación es un proceso que se inicia con un tema que es la prenegociación, continuando la negociación propiamente dicha, y llegando a la última

etapa que es el arreglo de la problemática que se desea resolver. A partir de este punto, se estudia las particularidades de la negociación, su aplicación y finaliza en un análisis mínimo de la negociación, como un asunto con particularidades precisas en la resolución del conflicto.

En ese sentido, cabe anotar que la interculturalidad en el proceso de avenencia, parte de la interacción entre individuo, en donde se cree que todo legado cultural, que esté por encima de otro, es importante el beneficio en todo momento, para la buena convivencia entre culturas, de donde dichas relaciones, se basan en el respeto a los valores, los usos y costumbres de todas y cada una de las situaciones que se presenten entre los miembros de las comunidades, para poder lograr un respeto mutuo entre ellos. Consecuentemente, en el arte, la interculturalidad, es el beneficio que se alcanza al interactuar con otras culturas, que tienen otro punto de vista y los impulsa a adquirir más conocimientos para usar en sus labores.

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, los procesos culturales en el caso de LA INCIDENCIA INTERCULTURAL Y SUS VALORES EN LOS PROCESOS DE ACUERDOS, que se asemeja a Colombia, y por ende, al departamento de La Guajira, permite valorar el sistema especial que se tiene en este, por su interculturalidad, basado en un tejido social, en el cual, es viable el encuentro entre criollos; el wayuu, senú, árabe, cultura paisa, cariachiles, indígenas de la Sierra Nevada de Santamarta, cultura afro descendientes ecuatorianos, entre otras culturas, donde es incuestionable observar, descubrir y examinar que en medio de cualquier proceso, los ciudadanos y sus discrepancias de su arraigo cultural, es pues lo que se asemeja a cada cultura que habita en el departamento de La Guajira, es lo que hace viable aseverar la variedad de movimientos, puntos de vistas diferentes forjando perspectivas y penurias desiguales.

En consecuencia, se evidencia que desde el ámbito internacional, nacional regional local las diferentes formas de manejar cualquier tipo de conflicto, especialmente en el departamento de La Guajira, que es donde se aprecia más esta situación por ser un territorio con características particulares, donde muchas culturas han emigrado hacia el territorio guajiro, y han encontrado satisfacción y acogida permanente.

Consecuentemente la incidencia que tiene el fenómeno de la interculturalidad en los procesos de las negociaciones hace viable asemejar unos hechos notables al conocimiento, la globalización, la tecnología, las migraciones, los cambios climáticos, el dominio del mercado, la época del gasto, la lucha del poder, las creencias ideológicas, pero sobre todo el enredo de opinar, lo que indudablemente comprueba los rasgos de una casta y suscita una avenencia armoniosa, empática, tolerante y el acato por las discrepancias, comprobando por ende la conducta y las relaciones entre sus pueblos independientes del rol que ocupen ya sea social, familiar, laboral, político, económico, comercial, entre otros; lo que conlleva a reflexionar sobre ¿Cómo pensar en una sociedad con enfoque prospectivo?, en el cual, la resolución de conflictos esté establecida en hallar un punto de equilibrio que

coadyuve al logro de poner en las mesas de negociaciones, conocimientos que causen justicia, igualdad, conformidad, y derechos a vivir en una sociedad digna, y donde la actitud asertiva sea el camino oportuno para el beneficio de un país en paz, en el cual se consiga pensar, sentir y actuar de la misma manera, dando pie a los cambios que potencialicen las discrepancias como mecanismos de valor, para desarrollar las capacidades para enfrentar los desafíos del milenio, en el que se estrechen lazos de afinidad, pero también se originen destrezas fundamentales para interactuar en otras familias y crear acuerdos para el desarrollo individual y colectivo, rompiendo las fronteras de la multiculturalidad y que den lugar a la interculturalidad en donde todos seamos” iguales” a pesar de ser “diferentes”.

Es fundamental que en el departamento de La Guajira, se pueda apreciar el proceso y la forma, como incide la interculturalidad que se da en un contexto fijo y, como esta, transgrede en los problemas y, en estos procesos, para dar solución en un proceso de negociaciones entre familias o clanes; con el propósito, de conservar este sistema, en una de las etnias más legendarias de Colombia.

Sin embargo, aún se están fundando caminos en estos argumentos de evolución y circunstancias inmediatas, por la falta de método, tácticas, por eso, la tarea es precisar el espacio y caminar con ello para que las futuras generaciones las aproveche como punto de partida, por lo que en la presente investigación, se busca explorar y promocionar estrategias que coadyuven y permitan áreas para las negociaciones asertivas entre las culturas que cohabitan en un mismo territorio, sin que genere terror por los conflictos de un país.

LOS VALORES DE LA INTERCULTURALIDAD.

El vocablo cultura tiene varios significados; para algunos autores, la palabra cultura es un conjunto de significados, valores y creencias compartidas y duraderas que caracterizan a un grupo étnico, nacional u otros grupos y que orientan su comportamiento (Faure y Rubin, como se citó en Faure 1997). Según La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) (como se citó en Uriarte, 2020), es un sistema complejo de conocimientos y de costumbres que caracteriza a una población determinada y que es transmitido a las generaciones futuras.

Para otros autores, la cultura es “la programación colectiva de la mente que distingue a los miembros de un grupo humano de otro” (Hoftstede y Bond, 1984). Claramente, la gente está determinada tanto por la realidad como por su percepción de la realidad, y actúa de acuerdo con sus creencias y valores, los que están influidos por la cultura a la que pertenecen. Para el sociólogo francés Akoun (1989), la cultura juega el rol de responder preguntas antes de que sean enunciadas. En el mismo sentido, la UNESCO (2017), define la cultura como un elemento central de las políticas de desarrollo, y único medio de garantizar que éste se centre en el ser humano y sea inclusivo y equitativo, además hace parte de los rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una

sociedad o un grupo social, englobando, al mismo tiempo las artes y las letras, modos de vida, derechos fundamentales al ser humano, los sistemas, las tradiciones y las creencias.

Malo González (2021), define cultura como un hecho que el ser humano es creativo y creador y que estas capacidades pueden ponerse en práctica individualmente, pero quizás sin tener plena conciencia como integrantes de colectividades.

Por otra parte, es importante definir el termino *valores*, que según Morales (2022), son los principios, virtudes o cualidades que caracterizan a una persona o una acción, y que se consideran positivos o de gran importancia para un grupo social; motivando a las personas a actuar de cierta manera porque forman parte de su sistema de creencias, determinan sus conductas y expresan sus intereses y sentimientos.

CARACTERÍSTICAS DE LA CULTURA

Para Morales (2022), las principales características de una cultura son:

a) es aprendida,

b) es compartida y

c) es dinámica

Y en lo que respecta a los elementos se encuentran los siguientes: (a) los símbolos que son identificables por la comunidad en general, (b) el idioma y el lenguaje particular, (c) la idiosincrasia, modo de ser de las personas, (d) sistema de creencias la religión o los rituales, (e) los valores que proveen de un orden social, (f) las leyes que regulan el sistema de normas y sanciones, (g) las costumbres, tipo de música, de vestimenta o de comida, entre otros, (h) las celebraciones colectivas, fiesta patria o el carnaval y, (i) el avance de la tecnología que impacta en el desarrollo de la vida cotidiana.

TIPOS DE CULTURAS

Coltman (2019), afirma que la cultura puede apreciarse desde diferentes ángulos, prueba de ello son las artes, ciencia, costumbres musicales, educación, gastronomía, gobierno, historia, industria, negocios y agricultura, religión y tradiciones.

Conocer la cultura, es primordial para poder formarse y regir negociaciones más allá de los límites de la nación. Para empezar, no se logra percibir otra cultura sin antes comprender la propia, esto comprende reconocer los puntos de vista de los implicados en la realidad que se está tratando de solucionar. Si se entiende por qué se hace algo, permitirá crear un pensamiento de porque la otra parte actúa como lo hace. Cuando se concibe la propia historia, se observa la historia de otro país y se descubre, a través de la comparación y el análisis, por qué sus habitantes se comportan como lo hacen. Esto se conoce como afinidad, es decir, la capacidad que tiene el ser humano para conectarse a otra persona y responder adecuadamente a las necesidades del otro, a compartir sus sentimientos e ideas

de tal manera, que logra que el otro se sienta muy bien con él. Obtener ese valor aprueba usar la información y destreza para darle solución a las dificultades del entorno cultural

En este sentido, según la Enciclopedia Humanidades (2023), los tipos de culturas son:

a) Nómadas: dependen de la caza y la recolección, migran frecuentemente.

b) Agrícolas: se vuelven sedentarias gracias al desarrollo de la tecnología agrícola y pecuaria.

c) Urbanas: se establecen en centros urbanos regidos por la actividad comercial.

d) Industriales: aplican modos de producción industriales de alcance masivo.

Dependiendo del tipo de cultura, los conflictos culturales se pueden convertir en una complejidad de condiciones en donde dos o más personas asumen que elegir entre la variedad de expectativas que les toca afrontar.

Se ve, por ejemplo, que todos los pueblos indígenas existentes en el mundo tienen sus propios mecanismos tradicionales para su solución; y el departamento de La Guajira no está ajeno a esa situación, de hecho, se ve la figura del *palabrero o Putchipu*, que es la persona conocedora y con aptitud y actitud para la solución de conflictos y facilitar los arreglos en la etnia Wayuu. Es necesario identificar los mecanismos existentes e históricos que se encuentran dentro de una comunidad; en la tradición para la regulación de los conflictos y establecer los grados de movilización social de los individuos o de las familias en esas situaciones (Dahrendorf, 1996).

Es fundamental tener en cuenta que cuando un grupo familiar se ve sospechoso o es ofendido por otro, ya sea por la agresión física o la ofensa a uno de sus familiares suelen compensar diligentemente sus fuerzas y las del grupo provocador, valorando impasiblemente las derivaciones o efectos de las diferentes iniciativas de acción. Ahora bien, si una familia extensa resuelve pedir indemnización material, recurre a un mediador experto, en este caso, recurren a la figura del experto y mediador que en este caso de arreglos son los llamados en wayuunaiki (lengua nativa de los Wayuu) püchipü'ü, putchipala o putche'ejechi, al cual suele designársele en español con el nombre de *palabrero o abogado wayuu*. Este es considerado un intermediario, pues es el que lleva la palabra a la familia afectada, en la medida en que sólo lleva las "palabras" y peticiones de la parte ofendida hasta los agresores y aclara antes de exponerlas que no se apartará de lo que le fue encargado transmitir.

Sahler (1988), señala que el palabrero es una autoridad moral, social y cultural perteneciente al Sistema Normativo de la cultura Wayúu, el cual interviene como un actor fundamental para la intervención social y por ende la aplicación de justicia, en donde se pone a prueba tanto la palabra como el saber ancestral del wayuu, integrando elementos de la vida espiritual, legendaria y social del pueblo Wayúu, quien actúa como intermediario entre familias y no de un tercero ni de un regulador, el cual es muy buen orador con

autoridad, conocimiento y experticia, que lo faculta a ejecutar actividades concretas que logren la terminación del conflicto.

Agregando a lo anterior, muchas familias indígenas wayuu, requieren la mediación del palabrero en los conflictos interétnicos, fundamentalmente de las oficinas gubernamentales de Asuntos Indígenas, cuando no se cuenta con una persona con los conocimientos y habilidades para poder solucionar el conflicto presentado, en muchos casos en estas oficinas existen personas o tienen conocimiento de personas que tienen ese título para que los pueda apoyar u orientar en la solución de los problemas que aquejan a las familias en disputa, los cuales, de hecho, pueden actuar como mediadores e incluso como árbitros en las negociaciones. Hoy, es importante la función social de estas oficinas para la solución de problemas como se ha mencionado en párrafos anteriores, esto ha llevado a que muchos arreglos realizados a la manera usual del wayuu sean señalados en actas oficiales y legalizadas con la presencia de empleados de estas oficinas por solicitud de las partes implicadas.

Considerando lo expresado por Fisher et al. (2018) sobre la negociación, que la concibe como un medio básico para lograr lo que se quiere de otros, es importante considerar el hecho de que, todos los seres humanos tienen intereses contradictorios o se piensan de manera diferente, aunque esto no representa ataque, ni mucho menos coacción, es así, que para llegar a un arreglo en una negociación se requiere ser más que perspicaz, se requiere educación, se necesita imaginación para idear y pensar en sucesos nuevos, para poder encaminarse al problema y no ganarle, al contrario, para ello, se necesita ser digno.

En la negociación apoyada en punto de vista, regularmente no se llega a un pacto y perceptiblemente se gana es a un enemigo, puesto que sin querer con firmeza las amenazas se consumen cuando se dicen.

Agregando a lo anterior, para obtener la victoria en un proceso de negociación inter-clanes en la cultura wayuu, se debe tener una imaginación y sentido abierto como dice Fisher et al. (2018), llegar a la negociación con una mente abierta, pero no vacia.

Al mismo tiempo, la cultura media en la forma de buscar una solución, así que se tomen las decisiones en el contenido del pacto alcanzado; imaginando la negociación como un asunto mediante el cual dos o más individuos indagan para llegar a un pacto en afinidad a un asunto definitivo. Cabe anotar qué la cultura profesa su influjo en los copartícipes, los inconvenientes, y las motivaciones que los lleva a participar de ese juicio.

Además, la cultura influye en las propias reflexiones y creencias, a la vez, que ayuda a crear que el pensamiento acerca de lo que es bueno o lo que es malo. De igual manera, impacta en las negociaciones de las siguientes maneras: (a) determinando la percepción de la realidad, (b) bloqueando la información para que sea frágil con ideas arraigadas de la cultura, (c) creando un sentido a las palabras y acciones de la otra parte y por último, (d) llevando al observador etnocéntrico a una incorrecta atribución de impulsos.

Por lo tanto, la cultura es el carácter que identifica a un grupo social, pues contiene

elementos psicológicos, como las normas y valores compartidos por los miembros de un grupo, elementos socio estructurales como instituciones sociales, políticas y religiosas que ofrecen al contexto para las interacciones sociales. Los valores culturales rigen la solicitud hacia aquellos asuntos que son más o menos importantes y por ende, influyen en los intereses y antelaciones de los negociadores. En ese sentido, las normas culturales se definen qué son conductas apropiadas e inapropiadas en una negociación, y a la vez, influyen en las habilidades del negociador en este caso el putchipu o palabrero en la cultura Wayuu.

Se debe agregar que, los establecimientos culturales salvaguardan y causan tanto valores como normas, es decir, los valores, normas culturales y las ideologías son estándares participados para dilucidar circunstancias y actuaciones; cuando dos partes negocian, uno y otro aportan a la mesa de negociación su cultura, yuxtapuesto con sus intereses y prioridades, igualmente sus estrategias negociadoras.

Además, la cultura puede, perturbar las estrategias que los negociadores lleven a la mesa, ya sea en la forma de negociar, o en que confronten verdaderamente o que lo forjen de manera indirecta, puede ser en sus motivaciones, la manera que usan la información y su autoridad.

En cuanto a los efectos de la cultura sobre los intereses, los valores culturales pueden revelar los intereses que subyacen en los enfoques de los negociadores, y proponer maneras de acercarse a la negociación.

Con respecto a las estrategias de negociación, cuando se negocia, los comportamientos son vitales y sus tácticas toman un basamento cultural; lo que aparenta que los negociadores en una cultura son más proclives a planear una táctica con una sucesión de conductas mientras que sus contrapartes, que pertenecen a otra cultura, son capaces de planear la misma táctica con otra sucesión diferente de conductas. No sólo se tienen discrepancias en conductas importantes entre diferentes culturas, sino que también se tienen desacuerdos intrínsecamente en la cultura inclusive una relación entre culturas, como sería el caso de algunos miembros de una cultura son más aficionados a usar el modelo de negociador de otra cultura a la propia. Por otro lado, las estrategias negociadoras están mancomunadas con la cultura puesto que las culturas desarrollan normas para proporcionar interacción social.

Las normas son prácticas porque de ellas sujetan el número de expectativas, entre las cuales un individuo tiene que preferir en afinidad de cómo se va a proceder y como ellas procuran perspectivas acerca de cómo se soportarán otros. Las normas se institucionalizan, lo que representa que la gente las manipula y los nuevos miembros comienzan a conocer su cultura asimilando hacer su interacción social eficientemente.

CONCLUSIONES.

En primer lugar, antes de realizar un proceso de negociación en la cultura wayuu, se puede crear una lista de las expectativas, de las ideas, que la persona afectada le pueda gustar, como, por ejemplo: utilizar buen tono de voz, palabras precisas, expectativas deben ser tan atractivas para la otra parte que estos a su vez se sientan satisfecho como la persona que plantea la idea. La complacencia radica en disposición de conseguir que la otra parte quede agradada para quien pretenda formalizar el pacto o convenio.

En ese sentido, se puede mencionar que las negociaciones se fundan en partes: una parte en punto de vista y la otra solo en principios, por lo que únicamente se debe acometer la dificultad que se ha presentado.

Cabe destacar que el conjunto de reglas, medidas que usan los wayúu es un gobierno propio de ellos; es decir, son reglas que disponen entre sí de un indeterminado número de crónicas de obediencia y dependencia, lo fundamental es la analogía de sometimiento, que existe en la cultura wayuu, por ello, es significativo mencionar el valor que tiene la palabra del wayuu, entre las normas legales de la cultura, se pueden destacar la integridad, es justo e ineludible caracterizar que la práctica de los elementos de la etnia como el respeto por la verdad, la palabra de los mayores, entre otras son patrones por quienes se mencionan como cultos; al mismo tiempo, se pretende aclarar en qué radica este sistema normativo wayuú, conocer primeramente cuáles son sus elementos, rutinas y cuáles son los componentes reglamentarios y que son precisos tener presentes para proteger y preservar este sistema propio de la cultura wayuu en el departamento de La Guajira.

La cultura influye y ayuda a establecer un correcto pensamiento acerca de lo que es bueno y que es malo, pero igualmente, puede perturbar las tácticas que los negociadores en este caso el palabrero, llevan a la parte afectada, también puede ser la forma como realizan la negociación, o la manera de como comprueben rectamente o que lo hagan silenciosamente. Las entidades culturales salvaguardan y promueven valores y normas. Los valores y normas culturales y las ideologías sirven como estándares compartidos para interpretar situaciones y comportamientos. Cuando dos partes negocian, ambas traen consigo a la mesa de negociación su cultura, junto con sus intereses y prioridades, así como sus estrategias negociadoras.

De acuerdo con Sahler (1988), las opciones de negociación pueden ser tres: (a) abstenerse de culpar a alguien o de tomar medidas contra persona alguna, (b) tratar de vengarse en forma sangrienta de la persona responsable o de sus parientes uterinos cercanos y, (c) exigir compensación material.

Por lo tanto la reflexión es el camino para repensar en una sociedad más humana, que se convierta en la casa de todos y como tal se pueda vivir en ella sentirse bien, descansar bien, caminar bien sentarse bien sobre todo comunicarse asertivamente, que requiere promover en los individuos el desarrollo de un pensamiento estratégico que les

permita pensar “distinto como alternativa en la toma de decisiones para la resolución de los conflictos, que día a día, desangra el país en todos los ámbitos económicos, sociales humanos, políticos, dando espacio a una propuesta de negociación abierta donde se dé el ganar-ganar, y se promuevan los conflictos que conlleven a la transformación social y disminuya las desigualdades, este es el camino es el ahora, es el aquí. es el ya, por una Colombia más creíble y que augure a las generaciones venideras una sociedad más promisoria basada en la concertación permanente, justa y equitativa para todos.

REFERENCIAS

Akoun, A. (1989). ***Essai sur l'individualisme démocratique et son destin***. Presses Universitaires de France

Coltman, V. (2019). ***Arte e identidad en escocia: una historia cultural desde el levantamiento jacobita de 1745 hasta Walter Scott***. Prensa de la Universidad de Cambridge. DOI: 10.1017/9781108278133

Dahrendorf, R. (1996). Elementos para una teoría del conflicto social. En Sánchez De Horcajo, J y Uña, O (comp). ***La sociología****. Textos fundamentales*, 331-354. ttps://www.raco.cat/index.php/Papers/article/download/50374/388900/

Enciclopedia Humanidades. (23 de enero, 2023). ***Cultura***. Equipo editorial, Etecé: Argentina. https://humanidades.com/cultura/

Faure, G. (1997). Cultura y negociación Internacional en ***Jornada sobre Requerimientos y Tendencias Actuales de la Negociación Internacional***. compilado por Beltramino, J. Consejo Argentino para las Relaciones Internacionales. CARI, Buenos Aires.

Fisher, R., Ury, W., & Patton, B. (2018). ¡Sí, de acuerdo!: cómo negociar sin ceder**.** Grupo Editorial Norma.

Hofstede, G., & Bond, M. H. (1984). **Hofstede's culture dimensions: An independent validation using Rokeach's Value Survey.** *Journal of Cross- Cultural Psychology, 15*(4), 417–433. https://doi.org/10.1177/0022002184015004003Akoun,1989

Malo-González, C. (2021). **Patrimonio cultural, cambio y permanencia**.

Universidad-Verdad, (64), 09–28. https://doi.org/10.33324/uv.vi64.251 Morales, A. (2022). ***Valores***. https://www.significados.com/valores/

Sahler, B. (1988). Los Wayuu (Guajiro) en ***Aborígenes de Venezuela***. Fundación La Salle Monte Ávila Editores. Caracas.

UNESCO (2017). ***La cultura, elemento central de los ODS, Construir la paz en la mente de los hombres y de las mujeres***. https://es.unesco.org/courier/april-june-2017/cultura-elemento-central-ods

Uriarte, J. (2020). ***Cultura***. https://humanidades.com/cultura/

CAPÍTULO 2

ANÁLISIS DE ASPECTOS RELATIVOS AL PROCESO SUCESIÓN EN MIPYMES DEL VALLE DE MEXICALI

Data de aceite: 02/10/2023

Mariana Monserrat Valenzuela Montoya
Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria
Carretera Estatal No. 3 Col. Gutiérrez, Delegación Guadalupe Victoria, Mexicali, B.C. México
(https://orcid.org/0000-0001-5364-7148)

Juan Cristóbal Hernández Arzaba
Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria
Carretera Estatal No. 3 Col. Gutiérrez, Delegación Guadalupe Victoria, Mexicali, B.C. México

Rosa Angélica López Bañuelos
Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria
Carretera Estatal No. 3 Col. Gutiérrez, Delegación Guadalupe Victoria, Mexicali, B.C. México

Santiago Pérez Alcalá
Universidad Autónoma de Baja California
Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria
Carretera Estatal No. 3 Col. Gutiérrez, Delegación Guadalupe Victoria, Mexicali, B.C. México

RESUMEN: El rol de las MIPYMES en México y en el Mundo son determinantes para la economía. Los procesos de sucesión determinan la permanencia de las empresas a través del tiempo, en el caso de las empresas familiares este proceso tiene el componente familiar, severizando un proceso de por si complejo. Para el caso del Valle de Mexicali existen empresas comerciales de tipo familiar clasificadas como MIPYMES, que carecen de este proceso. Para tal fin se tomó una muestra representativa de 187 empresas, 111 son familiares y se implementó el cuestionario de diagnóstico de empresa familiar de Belausteguigoitia para conocer las principales causas que aquejan a las entidades de esta región del estado de Baja California en México. Las respuestas fueron verificadas por el coeficiente Alfa de Cronbach, resultando aceptable. Objetivo del diagnóstico es conocer las áreas de mejora para que las empresas familiares logren un proceso de sucesión y permanezcan generacionalmente en función de tres interrelaciones entre empresa, familia y propiedad. El estudio es de tipo no experimental cuantitativo y se llevó a cabo en la primavera de 2020. El 60% de la muestra resultó ser empresas familiares,

mayoritariamente adoleciendo de órganos de gobernanza interiores, un plan de sucesión normativo y práctico y políticas de contratación de familiares; sin embargo, en la mayoría de estas entidades existe una visión clara del negocio por parte de la familia, empiezan a incrementar sus planes testamentarios y a ejercer reuniones en pro de la formación de consejos al interior de las empresas familiares.
PALABRAS CLAVE: Empresas familiares, Sucesión, MIPYMES.

Códigos JEL: *L20, M10*

INTRODUCCIÓN

Las Micro, pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) en México juegan un papel crucial para el crecimiento económico, debido a que representan la principal fuente económica a nivel nacional. Representan el 99.8% de las unidades económicas con más de 4.1 millones de empresas, que aportan el 42% del Producto Interno Bruto (PIB) y generan el 78% del empleo. (Arana, 2018). El estado de Baja California (B.C.), México, contó para el 2020 con una población de 3,769,020 habitantes, ubicando a Mexicali (su capital) con 1, 049,792 habitantes, de los cuales 411,812 fueron considerados como personas ocupadas. El 78% de los habitantes ocupados se concentró en zonas urbanas y un 22% en zonas rurales. En B. C., el sector comercio/servicio participó económicamente en un 33.97% y la actividad agropecuaria en un 5.57% (Secretaría de Economía, 2021), lo que significó una participación total del 39.57%. Tafoya (2018) menciona que las MIPYMES en B.C., contribuyen en un 68.6% el empleo estatal, y que es el sector emprendedor el que mayores ingresos genera, además considera que el 99.5% de este tipo de empresas corresponde a las llamadas empresas familiares (EF), de ahí la importancia del diseño y aplicación de estrategias que fortalezcan a este sector económico.

Según datos proporcionados por González et al, (2018), en América Latina, nueve de cada diez empresas son familiares, y dos de cada tres fracasan (Belausteguigoitia, 2005). En México, más del 87 % de las empresas son familiares (ENF), ocho de cada diez empresas mexicanas mueren antes de los dos años de vida (Nieto, s. f.). En los Estados Unidos, el 95 % de las empresas son de propiedad familiar y estas aportan el 50 % del PIB de dicho país. Sin embargo, pocas de ellas sobreviven a la primera generación, solo un 30 % pasa a la segunda generación y, de estas, solo el 15 % continúan en la tercera. Las EF tienen la posibilidad de sumar potencialidades, porque la familia proporciona a la empresa una entidad, una pertenencia, una fidelidad, un camino para seguir influyendo en la transformación de las estructuras sociales, ya que aporta una activa visión del mundo exterior con dificultades, crisis, competencia, pero también con trabajo, logros y éxitos. En México la familia es la unidad básica de organización social por lo que a partir de ella se estructuran organizaciones más complejas, muchas de estas organizaciones son las EF, ya que, en la actualidad, son el corazón del sector empresarial al considerarse de gran importancia en la economía de un país con un sistema de libre mercado, pues representan

un alto porcentaje del total de las empresas que operan.

Es evidente que todas las empresas cuentan con un ciclo de vida en el cual, los líderes se enfrentan constantemente a nuevos e impredecibles desafíos que hacen que la empresa y la familia crezcan y maduren. La mayoría de estos negocios familiares han subsistido las primeras dos generaciones, pero muchos otros no sobreviven a causa de una inadecuada planeación y coordinación sobre lo que constituye a una EF dentro de la sucesión. La sucesión es la prueba máxima para las EF. Una vez que la empresa ha sido transformada de un negocio individual en una EF, su continuidad y supervivencia debe ser causa de preocupación para la familia. El pasar la empresa de una a otra generación, de manera sana y en condiciones adecuadas, es una meta crucial para este tipo de compañías. La sucesión es un proceso, no un evento, y como tal debe ser planeado y coordinado de manera adecuada. Si la empresa ha de sobrevivir, un nuevo líder eventualmente llegará y para ello se requiere de un proceso adecuado. Dicho proceso, a través del cual se selecciona, decide e instala al nuevo líder máximo de una organización, es conocido como sucesión. La sucesión no es algo que ocurre cuando un viejo líder se retira y le pasa la antorcha al nuevo, sino un proceso que debe ser desarrollado a través del tiempo y a través de una cuidadosa observación de sus etapas.

OBJETIVO

En el presente trabajo se habla sobre las EF, sus características, y la sucesión familiar. Además de que se da a conocer el resultado del diagnóstico aplicado a las EF del Valle de Mexicali. Se aplicó una encuesta a una muestra de 187 empresas, como herramienta para obtener la información necesaria para diagnosticar el desarrollo de las empresas y encontrar los puntos en los cuales deben de trabajar para mejorar la competitividad de éstas y llevarlas a ser más profesionales a efectos de buscar su continuidad a través del proceso generacional de éstas.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

La mayoría de las empresas nacen con pocos recursos, y considerando que se mueven en un ambiente de incertidumbre, ya que inician debido a la consecución de una idea, pero con una visión fuerte de lograr sus ideales, superando la mayoría de los obstáculos por el trabajo incansable de sus fundadores y el aprovechamiento de los recursos con los que disponen; es así como nacen la mayoría de las empresas familiares. Martínez (2010) menciona que las empresas familiares surgen de forma espontánea, es decir no solo es por crisis económicas o por no poder colocarse en alguna empresa grande, sino que, en muchas ocasiones, la decisión de crear negocios a nivel familia es para forjar un patrimonio propio sin depender de terceras personas. Por otra parte, Gallo (2011) hace hincapié en

que la mayoría de las empresas familiares tienen su origen en el emprendimiento de una sola persona motivado más por mantener y mejorar las condiciones de vida de su familia que por trascender a las siguientes generaciones. Las estadísticas muestran que menos del 30% se mantienen con éxito en la segunda generación y solo el 12% llegan a la tercera; es decir, tres de cada siete empresas familiares sobreviven porque se formalizan, y en la segunda o tercera generación vive una. (Santiago, 2013).

Definir al futuro sucesor en la empresa familiar es determinante para garantizar la continuidad de la empresa; tiene que actuarse bajo la lógica empresarial, lo cual no siempre coincide con los privilegios de la lógica familiar. La dirección de la empresa basada en jerarquías familiares puede afectar a la empresa e impedir su crecimiento e incluso su mantenimiento en el tiempo. Por ello, el propietario debe tener un plan de sucesión que garantice el futuro y la expansión de la empresa en un ambiente cada vez más competitivo.

Por tanto, las empresas familiares deben de tomar en cuenta que es importante que tengan un plan de sucesión para designar a un sucesor; esto es para anticiparse a las carencias de dirección; es decir, saber identificar los puestos clave de la organización, que están bloqueados o sin evolución por falta de sustitutos adecuados y reducir por otro lado, el impacto, que tiene en cualquier negocio, el cambio de dirección cuando el propietario fallece, o queda incapacitado, sin la designación de un sucesor. El plan de sucesión no debe limitarse a la idea de que la segunda o tercera generación tome las riendas del negocio. “La meta debe ser cómo se conserva el patrimonio familiar a largo plazo, y eso no necesariamente implica que un familiar se quede con el negocio a largo plazo” (Gallo, 1998).

Ante esta situación se realizó una investigación a las empresas del sector comercial del Valle de Mexicali con el objetivo de conocer en qué medida las empresas familiares pueden lograr un proceso de sucesión eficiente y ser más competitivas hoy en día, debido al proceso tan cambiante que se vive en el mundo de los negocios.

DESARROLLO TEÓRICO

La mayoría de las empresas del mundo son familiares, su relevancia y contribución a la economía del país es reconocida globalmente, por lo tanto, entender su funcionamiento es crucial (Lisboa, 2019)

De acuerdo a Rosado & Navarro, (2019), podríamos decir que las empresas familiares son la fuerza más influyente para sustentas la organizaciones en América Latina, ya que brindan su espíritu emprendedor, transferencia de riqueza y apoyo a sus comunidades. Según Alvear Caguana (2021) en Ecuador el 90.5% (45,250) de las empresas registradas se clasifican como familiares, el 7.9% son no familiares y el 1.7% no clasificadas. Siendo estudiadas 50,000 Mipymes, las cuales son piedra angular para el desarrollo del país, a través de su permanencia sostenible, generadoras de empleo local. Sin embargo, Mayo,

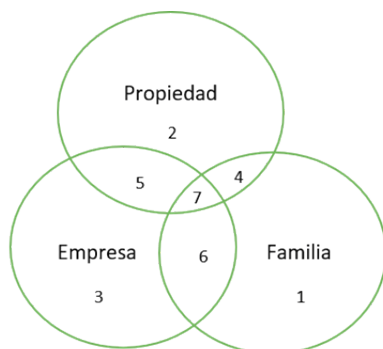
González y Pérez mencionan (2016) que las cifras recientes indican que en México 98% de las organizaciones son micro, pequeñas y medianas, 90% es de carácter familiar, producen entre el 70% y 72% del empleo y aportan 62% del Producto Interno Bruto. Según datos del INEGI (censos económicos 2014) en México hay 3,724,019 entidades familiares a lo largo del territorio se concentran en negocio 49.9% (1,858,550), servicios 36.7% (1,367,287) e industrias manufactureras 11.7% (436,851).

Varas (2019) menciona que las EF son uno de los principales motores de la economía de la mayoría de los países en general y de España por su contribución a la riqueza y empleo. En los últimos años, crece de manera significativa el número de EF que expanden su actividad hacia mercados Inter domésticos. Las EF cuentan con un conjunto de recursos únicos originados en la interacción entre la familia, sus miembros individuales y la organización, los cuales juegan un rol importante estableciendo diferencias importantes con las empresas no familiares (ENF). Mientras que para Corona (2016) las empresas familiares (EF) generan más de 90% del PIB, y están en todos los giros industriales, el comercio y los servicios. Por eso son vitales para el desarrollo económico de México. Decir EF no es sinónimo de empresa pequeña, puesto que la mayoría son de las más grandes en México, como en muchos otros países, son numerosas y grandes, es decir, las unidades de producción de bienes o prestación de servicios operadas por los miembros de una familia y las personas asimiladas a la familia, que dependen de los ingresos que se generan en esta entidad.

Para Aira (2016) las EF son aquellas entidades económicas controladas accionariamente por una o dos familias, que influyen en la dirección y consideran que va a ser transferida generacionalmente, mientras que para De La Garza et al (2018) menciona que la EF, requiere de una gestión diferenciada, en dinámicas afectivas, sociales, políticas y económicas propias de una relación familiar, sobreviviendo a la par empresa y familia.

En cuanto a la sucesión, Jaimes y Albornoz (2021) establecen que la sucesión involucra todas las acciones que la empresa debe desarrollar y en las cuales se ve involucrada, para desarrollar el proceso de entregar o transferir, principalmente, la propiedad al nuevo sucesor a cargo. Por otra parten, Gaspar (2019) menciona que en España es un proceso continuo y planificado que se prolonga en el tiempo, y durante el cual se transfiere el control y la propiedad de la organización de un familiar a otro, de una generación a la siguiente. Mientras que para KPMG (2013) la sucesión en México, alrededor de 70% de los nuevos negocios no llega al tercer año de vida y la mayor parte de la muestra (85%) está en su primera y segunda generación, mientras las organizaciones maduras se reducen considerablemente. Santamaría y Pico (2015) describen que, en Ecuador por lo general, una de cada tres empresas familiares logra pasar a la siguiente generación exitosamente. Asimismo, la mayoría de las empresas familiares no cuentan con una guía de refuerzos o planes estratégicos y realizan los traspasos improvisadamente. Mientras que para Makó et al., (2016), la preocupación surge con el proceso de sucesión incluyendo la transmisión

patrimonial, gerencial e ideológica al sucesor para asegurar la expansión y estabilidad de la empresa. Este conflicto se maximiza debido a la desaparición de empresas por traspasar la autoridad a otras generaciones.

Teoricamente, existen distintas propuestas que buscan describir el funcionamiento o dinámica de las empresas familiares, destacando entre ellas dos de los principales, las cuales son el modelo de los tres círculos por Tagiuri y Davis (1996) y el modelo evolutivo tridimensional de Gersick et al. (1997). El Modelo de los tres círculos de Bolívar (2021) plantea que las EF se componen por tres sistemas: familia, empresa y propiedad. El sistema de familia contempla todos los miembros dentro del círculo familiar, en el sistema empresa se encuentran el talento humano ajeno a la familia que participa en el desarrollo del objeto social de la empresa viendo por un beneficio o retorno económico y el sistema propiedad comprende a quienes tienen participación accionaria en la empresa, es decir, los propietarios en que lo ideal en toda empresa familiar es lograr la armonía en la interacción de estos.

Elaboración Propia, de acuerdo al modelo de tres círculos desarrollado por Renato Tagiuri y John A. Davis (1996)

Subsistemas: 1 comprende la familia que no hace parte ni de la propiedad ni de la empresa; 2 se encuentran los propietarios de la empresa que ni hacen parte de la familia ni ejercen labor alguna; 3 refiere a quienes desarrollan alguna labor en la empresa, pero no son ni familiares ni propietarios; 4 es la interacción entre familia y propiedad, es decir, aquellos familiares que tienen propiedad o participación accionaria en la empresa; 5 alude a los propietarios que no pertenecen al vínculo familiar, pero desarrollan y ejercen labores en la empresa; 6 son quienes hacen parte del vínculo familiar que no son propietarios y desarrollan alguna labor en la organización; 7 comprende a aquellos propietarios que tienen lazos familiares y desarrollan actividad laboral en el negocio.

Alvear Caguana (2021) menciona que en Ecuador las EF suelen presentar dificultades de las cuales resalta la separación familiar, ya que describe que al trabajar en familia es necesario adecuar habilidades que permitan liderar con efectividad. Para Herrera

(2021) en el Estado de Nuevo León de México, todas estas situaciones se podrían ejecutar llevando a cabo la sucesión generacional, permitiendo la entrada a los más jóvenes para que den ideas y maneras de mantener a la empresa renovada y al margen del día. Es importante reconocer la necesidad de tener personas jóvenes involucradas en la empresa ya que son las que están al pendiente de información al día y sabrán cómo mantener a la empresa en un ranking competitivo. Con la diversidad de personas que forman parte de una empresa y la poca tolerancia que se practica, se llegan a generar conflictos. Para contrarrestarlos, se debe analizar cuál es el patrón de los conflictos que se suscitan en la empresa, buscar la fuente del conflicto y la solución a tal problema.

El Valle de Mexicali se característica por su escasez en materia orgánica edafológica, sin embargo, con sistemas de riego y el abono adecuado son capaces de alta producción agrícola. Siendo así que más del 60% de la zona es útil para desarrollar agricultura, convirtiendo 200 mil hectáreas de tierras fértiles. (INAFED, s.f.)

Estudios en empresas familiares como el de Arzubiaga, Maseda, & Iturralde (2017) argumentan que la educación y la experiencia de los gerentes pueden perjudicar, ya que aquellos que no pertenecen a la familia son gerentes que aportan perspectivas diferentes y contribuyen en las empresas. En caso específico para las EF mexicanas, Maciel (2013), concluye que el crecimiento y el desarrollo de las grandes empresas en el país son relativamente limitados debido a que no todos los puestos directos en éstas cuentan con la capacidad de fungir en el cargo. Respecto a los Consejos de Administración en empresas familiares Tápiez (2013) menciona que es ese órgano regido con transparencia, especialización y eficiencia, el cual representa los intereses de los accionistas y garantiza el cumplimiento de los requisitos legales vigentes. Para la situación de una compañía familiar, el Consejo de Gestión cobra más fuerza y se le suma otra responsabilidad fundamental. Pero para Durante (2020) el consejo de gestión asegurará el mantenimiento de la organización durante los años, los miembros estarán facultados con una secuencia de responsabilidades en concordancia con su capacitación. Capela et al. (2020) menciona que la existencia del presidente y el director no sean la misma persona ya que se asocia positivamente con la calidad de la información financiera en las empresas familiares

Del Pilar Báez (2020) afirma que es necesario definir un Protocolo de familia, de manera voluntaria, que regule los diferentes roles y relaciones entre la familia y la empresa. Mientras que para Escate (2018) los roles son: Fortalecer las relaciones entre socios y administradores, buscando la unidad y armonía entre los miembros de la empresa familiar; Establecer la Asamblea Familiar y quiénes la conforman; y el Consejo de Familia; Los derechos y responsabilidades de los miembros de la Asamblea Familiar; Acuerdos para la contratación de familiares, estableciendo requisitos y valores importantes para hacer efectiva la contratación; Contribuir a la permanencia de la empresa en el tiempo, estableciendo el plan de sucesión empresarial; Promover el crecimiento de la empresa, planteando políticas para la reinversión empresarial y reparto de utilidades a accionistas

familiares; Debe ser revisado por todos los miembros de la empresa periódicamente para que sea eficaz en el proceso de mejora del nivel de profesionalización. Del Pilar-Báez (2020) analiza que los problemas que se presentan afectan la gestión ya que los mismos miembros de la familia toman una actitud diferente. En las actividades de cada uno de ellos no rinden de la misma manera, sin embargo, ya cuando solucionan el problema y las diferencias, el consejo de familia opta por incentivarlos a cumplir con su trabajo y tomar la actitud adecuada para realizar sus actividades.

Para Fantin (2020) la sucesión por escrito entre todos los miembros de una familia que es propietaria de una compañía es donde se enuncian los valores y está establecido un código de conducta que regula las interacciones entre las dos. Es producido por el núcleo familiar a través de cualquier profesional externo que actué de manera imparcial, trata temas tanto de la organización como del núcleo familiar y debería ser aprobado por todos los miembros del núcleo familiar, esos parientes menores de 18 años todavía no permanecen en condiciones de votar.

Valenzuela y Pérez (2017) mencionan que en el valle de Mexicali un análisis arrojó que respecto al asunto de sucesión en la EF el resultado muestra que solo el 26% poseen una estrategia de sucesión por escrito, el 18% de las EF el sucedido ha definido en qué momento y cómo se retirará de la compañía, situación que puede situar en desequilibrio a la organización ya que no hay una planificación anticipada, debido a que solo el 25% de las EF, el sucedido sabe cómo se va a hacer la sucesión en la organización, por otro lado solo el 23% de las EF, los sucesores aceptan la manera en que se planea la sucesión, y el 21% de las EF, el sucedido ha hecho testamento de cada una de sus pertenencias y ha lo reportado a los miembros del núcleo familiar, éstos resultados presentan una situación que tiene que considerarse en el corto y mediano plazo si se desea conseguir una permanencia y seguridad a futuro de la compañía. Alvear Caguana (2021) menciona que cada una de las prácticas tienen que ser comunicadas de una manera idónea generacional para conservar la esencia que en la actualidad tiene el comercio y de esta forma el comprador tenga un criterio de la organización como tal, conservar un control de sucesión que posibilita una adecuada comunicación y más que nada conocer el cometido o visión que tiene en la actualidad la organización. Es de fundamental trascendencia que la compañía activa tenga un departamento y que en ese sentido ayude e influya sobre las tácticas, el diseño organizativo que va de la mano con la idealización estratégica, el ámbito y la administración empresarial consiguiendo ganancias y exhibiendo logros frente a la sociedad.

Rodríguez, Sandoval y Tamez (2020) destacan que para evadir anomalías en las organizaciones parientes es aconsejable que estas sean precisamente plasmadas en un testamento ratificado ante notario público, asegurándose de que el testamento indique textualmente el nombre de los individuos que heredan, especialmente el porcentaje de las actividades de las organizaciones y otros bienes. Esto descarta inconvenientes futuros, legales y jurídicos, imposibilita que aparezcan terceros a exigir la herencia.

Empresa familiar son todas aquellas entidades económicas que están administradas y controladas por miembros de la familia, con el objetivo de que la empresa continúe funcionando de generaciones en generaciones por miembros de la familia, midiendo todas aquellos cambios o mejoras para la entidad estando todos de acuerdo por mayoría de votos. La sucesión en las EF, es aquel proceso que se transmite de generación en generación, en el cual traspasa el control de la entidad económica con el fin de que otro miembro de la familia lo administre, pero no asegura la expansión o estabilidad de la empresa.

DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA Y METODOLOGÍA

El objetivo principal de esta investigación en función de la revisión literaria anteriormente desarrollada se ha planteado realizar un diagnóstico a las empresas familiares del Valle de Mexicali en los temas de empresa, familia y propiedad, particularmente en el tema de propiedad conocer si las empresas cuentan con un plan de sucesión y algunos otros aspectos relativos al tema en cuestión.

El estudio se circunscribe a una investigación no experimental cuantitativa ya que podría definirse como aquella que se realiza sin manipular deliberadamente las variables, es decir se trata de estudios donde no hacemos modificaciones en forma intencional a dichas variables. Lo que hacemos es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para posteriormente analizarlos (Hernández et al., 2010). Es un estudio transversal y descriptivo, que se realizó en los meses de abril a junio de 2020 en las MIPYMES del sector comercial del Valle de Mexicali, dentro de 14 localidades consideradas como urbanas según el Consejo Nacional de Población (CONAPO) que conforman el Valle de Mexicali.

La población objeto de estudio fue de 187 empresas que accedieron a colaborar con esta investigación, recabada la información se procedió a elaborar una base de datos en SPSS, la cual contiene cada una de las preguntas del cuestionario y sus respectivas respuestas, obteniendo los datos estadísticos de todos los sujetos de estudio.

El instrumento de medición que se elaboró para la presente investigación fue construido partiendo del cuestionario para diagnosticar a la empresa familiar que utiliza Belausteguigoitia (2007), del cual se tomaron algunas preguntas para caracterizar a la empresa familiar y conocer el proceso de sucesión que manejan las EF.

Se procedió a elaborar la operacionalización de las variables de acuerdo a las dimensiones que maneja el Modelo de los Tres Círculos, las cuales son empresa, familia y propiedad (Ver Tabla1).

Dimensión	Variable	Índice	Pregunta	Opciones de respuesta
Empresa	Constitución Legal	Personalidad Jurídica	Tipo de persona	Física Moral
	Antigüedad	Tiempo de operación	Experiencia en el tipo de negocio del dueño	Menos de 1 año 1 a 3 años 4 a 6 años 7 a 10 años 11 0 más años
	Composición de la planta laboral	familia que trabaja en la empresa	Cantidad de personal de la familia que trabaja en la empresa	Personal administrativo Personal de ventas
	Clasificación económica	Sector económico al que pertenece	Sector en el que se ubica la empresa	Comercio al por mayor Comercio al por menor
		Giro al que pertenece	Giro principal del negocio	Giros establecidos de acuerdo a los que maneja el Mapa del BID
	Consejo de Administración	Existe un Consejo de Administración	Existe un consejo de administración, donde se incluyen miembros ajenos a la familia	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo
	Estructura organizacional	Existen políticas para contratación de familiares	La empresa cuenta con políticas claras sobre la contratación de parientes	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo
Familia	Consejo de Familia	Existe un Consejo de Familia	La familia se reúne formalmente para discutir temas de la empresa, y ha instalado un consejo de familia	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo
	Planeación de la Sucesión	Plan de sucesión	Existe un plan de sucesión escrito	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo
	Visión del negocio	Visión compartida	Existe una clara visión del negocio compartida entre familia y empresa	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo

Propiedad	Patrimonio	Acuerdos de compraventa de acciones	La familia tiene un acuerdo de compraventa de acciones que todos comprenden y aceptan	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo
	Sucesión del mando	Planeación de la sucesión	El sucedido ha determinado cuándo y cómo se retirara de la empresa	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo
		Planeación de la sucesión	El sucedido sabe cómo hará la sucesión, particularmente en temas sobre propiedad, y lo ha comunicado a sus familiares	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo
		Planeación de la sucesión	Los sucesores aprueban la forma en que se planea la sucesión	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo
		Planeación de la sucesión	El sucedido ha hecho testamento de todas sus pertenencias y lo ha comunicado a los miembros de la familia	Totalmente en desacuerdo En desacuerdo Indeciso De acuerdo Totalmente de acuerdo

Tabla 1. Concentrado de conceptualización operativa de las variables

Fuente: elaboración propia.

Se evaluó la consistencia interna de la prueba a partir del coeficiente Alfa de Cronbach de las variables que maneja el instrumento en materia de clasificación de la empresa familiar. Se obtuvieron los datos de frecuencia y estadísticos descriptivos, se evaluó las alternativas de respuesta se encuentran en escala del 1 al 5, y la interpretación es la siguiente: 1. Totalmente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. Indeciso, 4. De acuerdo, 5. Totalmente de acuerdo.

Las opciones antes mencionadas permitieron tratar a las áreas o dimensiones en Escala Ordinal, la cual establece una relación de orden (además de clasificar) entre los datos recogidos, lo que permite comparar las modalidades. El nivel ordinal a una variable le asigna valores alfanuméricos a los sujetos o unidades de análisis, de tal forma que los valores más altos se le asignan a aquellas categorías o individuos que tienen más de la característica que se mide.

RESULTADOS

La fiabilidad de la consistencia interna del instrumento se puede estimar con el alfa de Cronbach (Cronbach, 1951). El método de consistencia interna basado en el coeficiente de fiabilidad alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o una única dimensión teórica de un constructo latente. Como criterio general, George y Mallery (2003, p. 231) sugieren las recomendaciones siguientes para evaluar los valores de los coeficientes de alfa de Cronbach (Ver Tabla 2). En esta investigación el resultado del Alfa de Cronbach de las preguntas utilizadas para evaluar las tres dimensiones de empresa, familia y propiedad en las empresas familiares es de 0.719 por lo que resulta como aceptable.

Coeficiente alfa	Grado
0.9 a 1.0	Excelente
0.8 a 0.89	Bueno
0.7 a 0.79	Aceptable
0.6 a 0.69	Cuestionable
0.5 a 0.59	Pobre
0.0 a 0.49	Ítems totalmente independientes

Tabla 2. Escala Alfa de Cronbach

Fuente Elaboración propia

Los resultados arrojaron que casi el 60% (111, MIPYMES) de la muestra tomada (187) hace referencia a EF, en las cuales se pueden observar que en dos terceras partes de las MIPYMES del Valle de Mexicali no existe un Consejo de Administración; en más de la mitad de estas no hay un plan de sucesión por escrito, ni quien está a cargo de la MIPYME familiar ha decido su propio retiro y la forma en la que lo hará; siendo casi la mitad las entidades familiares del Valle de Mexicali que no cuentan con políticas para la contratación de su parentela, ni hay conformidad de una sucesión planeada de parte de los sucedidos; también muy cercano a la mitad, las MIPYMES del Valle de Mexicali carecen de un acuerdo para la probable compra-venta de la organización y de sus partes alícuotas para ser parte de esta como socio o en accionista, al igual que el sucedido desconoce o tiene un plan de acción de manera singular para las propiedades ni se los ha hecho saber a los miembros de la familia. (Ver tabla 3).

En contra parte y para abonar en favor de la permanencia de las MIPYMES del Valle de Mexicali, en seis de cada diez de estas, existe una clara visión del horizonte empresarial y del negocio, que es compartida con cada miembro de la familia que forma parte de la EF, así como también existe un plan testamentario que contempla las pertenencias del sucedido y éste lo ha hecho saber a la familia; otro punto no menos importante y a rescatar

es que al menos la mitad de las MIPYMES familiares del Valle, llevan a cabo reuniones en torno a temas de la empresa y ha instalado un órgano para estas funciones, tal y como se observa en la siguiente tabla (3).

Datos arrojados de las MIPYMES Familiares en el Valle de Mexicali					
Existencia de un Consejo de Administración			La familia tiene un acuerdo de compraventa de acciones que todos comprenden y aceptan		
No	71	64%	No	50	46%
Sin respuesta	14	13%	Sin respuesta	17	16%
Sí	26	23%	Sí	41	38%
Total	111	100%	Total	108	100%
Existe un plan de sucesión escrito			El sucedido sabe cómo hará la sucesión, particularmente en temas de propiedad, y lo ha comunicado a sus familiares		
No	55	51%	No	49	45%
Sin respuesta	17	16%	Sin respuesta	18	17%
Sí	35	33%	Sí	41	38%
Total	107	100%	Total	108	100%
El sucedido ha determinado cuándo y cómo se retirará de la empresa			Existe una clara visión del negocio compartida entre familia y empresa		
No	55	51%	No	27	25%
Sin respuesta	25	23%	Sin respuesta	16	15%
Sí	27	25%	Sí	65	60%
Total	107	100%	Total	108	100%
La empresa cuenta con políticas claras sobre la contratación de parientes			El sucedido ha hecho testamento de todas sus pertenencias y lo ha comunicado a los miembros de la familia		
No	54	49%	No	27	25%
Sin respuesta	11	10%	Sin respuesta	16	15%
Sí	45	41%	Sí	65	60%
Total	110	100%	Total	108	100%
Los sucesores aprueban la forma en que se planea la sucesión			La familia se reúne formalmente para discutir temas de la empresa, y ha instalado un Consejo de familia		
No	52	48%	No	43	40%
Sin respuesta	18	17%	Sin respuesta	15	14%
Sí	38	35%	Sí	50	46%
Total	108	100%	Total	108	100%

Tabla 3. El estadio de las MIPYMES del Valle de Mexicali en función de su proceso de sucesión.

Fuente: Elaboración propia.

DISCUSIÓN

Es importante contrastar los datos anteriores con el estudio previo de Valenzuela y Pérez (2017), referente a si existe un plan de sucesión por escrito, en aquel momento el estudio símil arrojo un porcentaje del 26%, se ha incrementado siete puntos porcentuales a 33%; respecto a la determinación positiva del momento de la sucesión, los porcentajes se han movido de 18% a 25%; en cuanto al conocimiento del sucedido de la forma de sucesión y éste lo ha externado a familiares, de 25% a 38%, un incremento significativo; referente a los sucesores y su aprobación al proceso de relevo, los porcentajes han migrado de 23% a 35%, subida importante; finalmente en lo que toca a la sucesión de tipo testamentaria, se puede comunicar el incremento más significativo, pasando de un 21% a 60%.

CONCLUSIONES

Las MIPYMES del Valle de Mexicali no están ajenas de las tendencias que sufren estas entidades a nivel global, continental, nacional, regional y local, sin embargo, en el contexto latinoamericano de su desarrollo tienen muchas más áreas de oportunidad y mejora por su carácter de país emergente en comparación con las economías industrializadas, en aspectos de profesionalización y conocimiento de marco legal sucesorio. Las MIPYMES del Valle de Mexicali en el contexto latinoamericano surgen como emprendimientos para supervivencia y mejora de calidad de vida, lo que nubla su visión a largo plazo. Es cuando logran su consolidación en el mercado que vienen a colación los problemas derivados del proceso de sucesión. Esto aunado a la transición generacional, la falta de órganos regulatorios al interior de la EF, la contratación de personal familiar no necesariamente capacitado para las funciones a desempeñar y la falta de comunicación intrafamiliar vienen a reducir los ciclos de vida de las MIPYMES en el Valle de Mexicali.

A rescatar vienen a resaltar los esfuerzos por instituciones de investigación como la Universidad Autónoma de Baja California, mediante su Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria que ha tratado de difundir los diagnósticos de las MIPYMES de la región de su área de influencia por medio de ferias empresariales en pro de contrarrestar los indicadores que afectan a estas entidades tales como los planes de sucesión por escrito y testamentos, los momentos y maneras de la sucesión y la aceptación por parte de los sucesores.

Algunos aspectos que resaltar de las MIPYMES del Valle de Mexicali son que la gran mayoría, tiene claro su *core business* y es compartido por cada miembro de la familia. Así como el incremento que se ha observado en los planes de sucesión testamentarias y la creación de órganos de gobierno al interior de las EF.

REFERENCIAS

Aira, M. R. (2016). La sucesión exitosa en las empresas familiares. Orbis: Revista Científica Ciencias Humanas, 11(33), 82-104. https://www.redalyc.org/pdf/709/70945573005.pdf

Alvear, C. D. A. (2021). Factores influyentes en el éxito o fracaso en el proceso de sucesión de las empresas familiares. CASO AC-Activa SA (Doctoral dissertation). http://181.39.139.68:8080/bitstream/handle/123456789/1549/Factores%20influyentes%20en%20el%20%c3%a9xito%20o%20fracaso%20en%20el%20proceso%20de%20sucesi%c3%b3n%20de%20las%20empresas%20familiares.%20CASO%20AC-Activa%20S.A.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Arzubiaga, U., Maseda, A., & Iturralde, T. (2017). Exploratory and exploitative innovation in family businesses: the moderating role of the family firm image and family involvement in top management. Review of Managerial Science, 1-31.

Arana, D. (2018). Pymes mexicanas, un panorama para 2018. https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/ consultado el 16 de enero de 2021.

Belausteguigoitia, R. I. (2005). Luz y sombra en las empresas familiares. Revista Dirección Estratégica, 13.

Borralho, J. M. C., Gallardo-Vázquez, D., Hernández-Linares, R., & de Sousa Paiva, I. C. (2020). El efecto de factores de gobierno corporativo en la calidad de la información financiera en empresas familiares y no familiares: The effect of corporate governance factors on the quality of financial reporting in family and non-family firms. Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review, 23(2), 167-179. https://revistas.um.es/rcsar/article/view/358451/283801

Bolívar, G. D. J., & Albornoz-Arias, N. (2021). Factores que inciden en el proceso de sucesión de empresas familiares. Revista científica Pensamiento y Gestión. https://www.researchgate.net/profile/Neida-Albornoz-Arias/publication/355008770_Factores_que_inciden_en_el_proceso_de_sucesion_de_empresas_familiares_Factors_that_Affect_the_Succession_Process_of_Family_Businesses/links/61578b374a82eb7cb5e24724/Factores-que-inciden-en-el-proceso-de-sucesion-de-empresas-familiares-Factors-that-Affect-the-Succession-Process-of-Family-Businesses.pdf

Corona, L. L. C. (2016). PLAN DE SUCESIÓN EN EMPRESAS FAMILIARES. EL CASO DE UNA PANIFICADORA. http://ri.ujat.mx/bitstream/20.500.12107/1816/1/845-1497-A.pdf

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. Psychometrika, 16, 297-334.

Del Pilar Báez-Roa, M., Puentes-Montañez, G. A., & Sosa, V. C. (2021). Las buenas prácticas de gobierno corporativo en empresas familiares del sector carrocero de Duitama, Colombia. REVISTA DE INVESTIGACIÓN, DESARROLLO E INNOVACIÓN, 11(2), 261-272. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/investigacion_duitama/article/view/12755/10602

De la Garza, M., Soto, A., Esparza, J., & San Martín, J. (2018). La sucesión de la empresa familiar: una aproximación teórica. Cuadernos de Administración, 31(56), 105-136. http:// dx.doi.org/10.11144/JAveriana.cao.31-56.sefat

Durante, A. A. (2020). Dirección y sucesión en las empresas familiares. https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/20213/Durante%20Alonso%2c%20Alberto.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Escate, T. L. J., Manrique, A. S. M., Montes J. A. P., & Paredes G. F. D. D. P. (2018). Estudio de casos sobre el nivel de profesionalización de las empresas familiares peruanas. https://repositorio.esan.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12640/1431/2018_MAFDC_16-1_03_T.pdf?sequence=1

Enciclopedia de los municipios de México Baja California (Mexicali) http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM02bajacalifornia/municipios/02002a.html consultado el 16 de enero de 2021.

Fantin, T. S. (2020). Desarrollo organizacional (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Cuyo. Facultad de Ciencias Económicas). https://bdigital.uncu.edu.ar/objetos_digitales/15734/desarrollo-organizacional-en-koalix.pdf

KPMG. (14 de 01 de 2013). Empresas familiares. Obtenido de KPMG: https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/es/pdf/2016/10/brochure-empresa-familiar.pdf

Gallo, M. Á. (1998). La sucesión en la empresa familiar. Barcelona: Caja de Ahorro y Pensiones de Barcelona.

Gallo, M. Á. (2011). El futuro de la empresa familiar: de la unidad familiar a la continuidad empresarial. España: Profit.

Gaspar I. A. (2019) El protocolo familiar como solución a los problemas de sucesión en la empresa familiar. Recuperado en 14 de diciembre de 2021 de https://zaguan.unizar.es/record/85628/files/TAZ-TFG-2019-1696.pdf

George, D., & Mallery, P. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4thed.). Boston: Allyn & Bacon

González, L.M., Castruita, M. E., & Mendoza, R. (2018). Caracterización de las empresas familiares: caso Durango (México). Pensamiento & Gestión, núm. 44, pp. 102-131. Fundación Universidad del Norte - Barranquilla, Colombia. DOI: https://doi.org/10.14482/pege.44.9617

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) Censos económicos 2014.

Jaimes, B. G. D & Albornoz, A. N. (2021). Factores que inciden en el proceso de sucesión de empresas familiares. Pensamiento & gestión, 50. Universidad del Norte, 69-99, Disponible en: https://eds.s.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=799d946c-ab32-45c6-9452-4f18987d76b5%40redis

Lisboa, I. (2019). Family firms´profile: Leiria Region. European Journal of Family Business (2019) 9, 29-37. 37 http://dx.doi.org/10.24310/ejfbejfb.v9i1.5593

Maciel, A. S. (2013). La empresa familiar en México situación actual de la investigación. Contaduría y administración, 58(2), 135-171. https://www.revistaespacios.com/a19v40n42/a19v40n42p20.pdf

Makó, C., Csizmadia, P., y Heidrich, B. (2016). Succesion in the family business: need to transfer the “socio-emotional wealth” (SEW). Vezetéstudomány/Budapest Management Review, 47(11), 16–28. z

Mayo-Castro, A., González-Hernández, A., & Pérez-Sánchez, B. (2016). “Empresas Familiares En México: Gobierno Corporativo Y La Sucesión”. Univ. Autónoma Nuevo León, 2(1), 2643-2666. http://www.web.facpya.uanl.mx/vinculategica/Revistas/R2/2489-2512%20-%20Empresas%20Familiares%20En%20Mexico%20Gobierno%20Corporativo%20Y%20La%20Sucesion.pdf

Nieto, M. (s. f.). La empresa familiar: ¿un negocio de por vida? Recuperado de http://www.ideasparapymes.com/contenidos/empresa_familiar_negocio_familia_emprender.html

Rodríguez, G. L. S., Sandoval, R. H. H., & Tamez, L. L. G. (2019). La sucesión y la demanda por ingratitud en pequeñas empresas familiares en Monclova, Coahuila. Repositorio de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad, 13, 1360-1379.

https://riico.net/index.php/riico/article/view/1856/1615

Rosado, S. A., & Navarro, G. A. (2019). Family business in transition economies: an exploratory estudy of provate business. European Journal of Family Business (2019) 9, 49-53 http://dx.doi.org/10.24310/ejfbejfb.v9i1.5363

Santamaría-Freire, E., & Pico-Barrionuevo, F. (2015). La Calidad De Vida Del Propietario De La Empresa Familiar, Caso Empresas De Ambato, Tungurahua, Ecuador (The Quality of Life of the Entrepreneur of the Family Busines, the Event Busines Ambato, Tungurahua, Ecuador). Sotavento MBA, (25). https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=6470070851161090 311170730961140930650230420680770350541211020250760690790690811091130210200361200130430471271121210180110810850080860870080790821271020810900021210010320010781200010260111 2102011309512100200412706600012707206803103010200000308510311708 6&EXT=pdf&INDEX=TRUE

Santiago, J. (2013, octubre 21). El 70 % de empresas muere a los tres años. Re cuperado de http://www.mexicanbusinessweb.mx/tendencias-de-consumo-en-mexico/el-70-de-empresas-muere-los-tres-anos/

Secretaría de Economía (5 de noviembre de 2021). DataMÉXICO Mexicali. https://datamexico.org/es/profile/geo/mexicali#empleo

Tafoya, E. (2018), Las MiPyMEs y su impacto en la economía, Nudo Marketing Agency; http://www.nudoagency.com/mipymes-baja-california/

Varas de la Fuente, Ó. J. (2019). Vías de internacionalización de las pequeñas y medianas empresas familiares. Influencia en el nivel de internacionalización alcanzado y relación con el rendimiento obtenido. http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/tesisuned:ED-Pg-EcoyEmp-Ojvaras/VARAS_DE_LA_FUENTE_Oscar_Javier_Tesis.pdf

Valenzuela M. M. M., & Pérez A. S. (2017). Estudio Comparativo De La Competitividad En Las Empresas Familiares Y Las Empresas No Familiares Del Sector Comercial Del Valle De Mexicali (Comparative Study of Competitiveness in Family Enterprises and Non-Family Enterprises of the Commercial Sector of Mexicali Valley). Revista Global de Negocios, 5(5), 13-24. https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=886002089031003113080 0051260891230730000640690100660710050990731080040221230240661120380360260000620330370250961070650860760681160750880620230820680920751261191270640070060390970970200830 7408911100011503102207308401707602402700711011901307011000509711 8&EXT=pdf&INDEX=TRUE

CAPÍTULO 3

EXPLORACIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE ÉTICA Y CONSUMO. EL DILEMA DE SER O NO SER CONSUMIDOR ÉTICO

Data de aceite: 02/10/2023

Javier Solano-Solano
Profesor Titular Agregado I de la carrera de Administración de Empresas en UMET Sede Machala; Doctorando en Ciencias Económicas en Universidad Nacional de Cuyo, Mendoza-Argentina
Universidad Metropolitana, Sede Machala
Universidad Nacional de Cuyo
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-1419-8359

Kevin Zambrano-Zambrano
Estudiante de Maestría en Administración y Dirección de Empresas en UMET Sede Machala
Universidad Metropolitana, Sede Machala
ORCID: https://orcid.org/0009-0001-6840-1789

Roxana Zambrano-Orellana
Capacitación y asesoría en valoración económica de recursos naturales en proyectos de investigación de UMET Sede Machala
Universidad Metropolitana, Sede Machala
ORCID: https://orcid.org/0009-0006-9926-9668

RESUMEN: El estudio del consumo ético se originó principalmente en las décadas de los 60 y 70, coincidiendo con el auge de los movimientos sociales que abogaban por la justicia social y la conciencia ambiental. Este constructo destaca que el acto de compra puede ser político, social y ambientalmente expresivo, favoreciendo productos “producidos justamente” y de manera sostenible. Aunque los primeros estudios sobre el consumo ético se centraron en las motivaciones y barreras para la adopción de este comportamiento, la investigación ha crecido para explorar influencias socioculturales y psicológicas, certificaciones éticas y el papel de las empresas en el fomento del consumo ético. La aparición de etiquetas como “consumidor ético” subraya la necesidad de definir la

relación entre la ética y el consumo en un contexto económico y ambiental. El papel de las empresas es crucial. La ética empresarial orienta las prácticas desde la justicia laboral hasta la sostenibilidad. La economía digital amplía la innovación verde y puede orientar las políticas gubernamentales. Aunque la brecha entre actitudes y comportamiento ético persiste, el aumento del consumo ético está transformando la dinámica del mercado. Para superar los desafíos, se necesita un esfuerzo colectivo que involucre a consumidores, empresas y políticas desde instancias institucionales.
PALABRAS CLAVE: consumo ético, ética, consumidor ético, brecha entre acción e intención

EXPLORING THE RELATIONSHIP BETWEEN ETHICS AND CONSUMPTION. THE DILEMMA OF BEING OR NOT BEING AN ETHICAL CONSUMER

ABSTRACT: The research about ethical consumption originated mainly in the 1960s and 1970s, coinciding with the rise of social movements advocating social justice and environmental awareness. This construct emphasizes that the act of purchasing can be politically, socially and environmentally expressive, favoring "fairly produced" and sustainably produced products. Although early studies on ethical consumption focused on motivations and barriers to the adoption of this behavior, research has grown to explore sociocultural and psychological influences, ethical certifications, and the role of companies in encouraging ethical consumption. The emergence of labels such as "ethical consumer" underscores the need to define the relationship between ethics and consumption in an economic and environmental context. The role of business is crucial. Business ethics guides practices from labor justice to sustainability. The digital economy amplifies green innovation and can guide government policies. While the gap between attitudes and ethical behavior persists, the rise of ethical consumption is transforming market dynamics. To overcome the challenges, a collective effort involving consumers, business and policy from institutional levels is needed.
KEYWORDS: ethical consumption, ethics, ethical consumer, gap between action and intention

RESUMO: O estudo do consumo ético teve origem principalmente nas décadas de 1960 e 1970, coincidindo com o surgimento de movimentos sociais que defendiam a justiça social e a consciencialização ambiental. Este conceito sublinha que o ato de compra pode ser política, social e ambientalmente expressivo, favorecendo produtos "produzidos de forma justa" e sustentável. Enquanto os primeiros estudos sobre o consumo ético se centravam nas motivações e nos obstáculos à adoção deste comportamento, a investigação tem vindo a aumentar para explorar as influências socioculturais e psicológicas, as certificações éticas e o papel das empresas no incentivo ao consumo ético. O aparecimento de rótulos como "consumidor ético" sublinha a necessidade de definir a relação entre ética e consumo num contexto económico e ambiental. O papel das empresas é crucial. A ética empresarial orienta práticas que vão da justiça laboral à sustentabilidade. A economia digital amplifica a inovação ecológica e pode orientar as políticas governamentais. Embora persista o fosso entre atitudes e comportamentos éticos, o aumento do consumo ético está a transformar a dinâmica do mercado. Para ultrapassar os desafios, é necessário um esforço coletivo que envolva os consumidores, as empresas e as políticas a nível institucional.
PALAVRAS-CHAVE: consumo ético, ética, consumidor ético, diferença entre ação e intenção

1 I INTRODUCCIÓN

El consumo ha experimentado un crecimiento notable en todo el mundo en las últimas décadas, debido a la prevalencia del capitalismo, la globalización y la internet. Sin embargo, gran parte de este consumo responde a necesidades creadas artificialmente por una invasión y bombardeo de estímulos sensoriales (Roach et al., 2019), orientados hacia el consumo automático y sin consciencia en el proceso de compra. Este tipo de consumo a menudo refleja un desconocimiento o indiferencia hacia las prácticas productivas y sus consecuencias ambientales, sociales y económicas.

Ante esta problemática, han surgido colectivos sociales que promueven un consumo consciente para mitigar estos impactos, adoptando una actitud proactiva y generando nuevas tendencias en los mercados. Dichas tendencias incluyen la oferta de productos con características responsables en sus diferentes etapas de producción, así como estrategias e instrumentos de comunicación que fomentan una compra informada y la adopción de acciones destinadas a ser eficientes en el uso de recursos, reutilización de recursos, respeto al bienestar animal y consideración del bienestar del consumidor, también, más allá del simple acto de compra (Howard et al., 2022; Gerini et al., 2016).

A nivel empresarial, esta transformación del consumo no pasa inadvertida. La supervivencia de las organizaciones depende de su capacidad para adaptarse a las exigencias del mercado, entre las cuales se incluye la adopción de acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (Pfajfar et al., 2022). Sin embargo, para que la RSE sea efectiva, debe ser reconocida por los diferentes stakeholders. Esto implica que la empresa no sólo debe adoptar la filosofía de la RSE, sino también ser capaz de transmitirla al colectivo social (Fatima y Elbanna, 2023).

El consumo responsable, sin lugar a dudas, tiene previsto seguir creciendo, como se constata en el mundo empresarial y académico. Estas tendencias son evidentes en el informe sobre sostenibilidad imperativa de IPSOS[1] (Lacey & Long, 2020), también en el informe de crecimiento verde en economías emergentes de la OCDE (Capozza & Samson, 2019), y en la publicación de CEPAL sobre incentivos a la sostenibilidad (Frohmann, et al., 2020). El crecimiento de los mercados verdes y la transición hacia un consumo responsable influyen e impulsan una producción más sostenible.

Sin embargo, los debates sobre el consumo responsable aún evidencian una brecha muy amplia entre la declaración y la acción, reflejando el dilema del ser versus parecer (Johnstone & Tan, 2015). Por un lado, tenemos un mercado que demanda sostenibilidad y, por otro lado, ese mismo mercado es responsable de la recesión, excesos y la suposición de que un mayor consumo es la respuesta a los problemas derivados del propio consumo (Roach et al., 2019). Se observa un incremento en las ventas de productos y servicios responsables, y se estima que esta tendencia continuará en ascenso, pero aún existen

1 Organización no académica que realiza estudios de investigación de mercados e inteligencia de negocios

aspectos que ponen en duda el potencial del consumo responsable para cumplir lo que promete, muchas de las estrategias de mejores prácticas se limitan a un aspecto puntual dentro del conjunto de eslabones de la cadena productiva (Lawrence y Mekoth, 2023).

En Latinoamérica, y en particular en Ecuador, estas tendencias globales se hacen evidentes, según lo refleja el CERES (2021), que indica un creciente interés en el consumo responsable, con consumidores que desempeñan un papel activo en temas de sostenibilidad. Sin embargo, estos consumidores no son ajenos a la contradicción entre los valores y las acciones, entre lo que deberían hacer y lo que realmente hacen. Por lo tanto, es necesario establecer un puente y una mejor comprensión entre los patrones de consumo, lo que los consumidores hacen y lo que se espera que hagan para avanzar en patrones de consumo sostenibles.

1.1 Breve retrospectiva del estudio sobre consumo ético

El estudio del consumo ético surge en gran medida durante las décadas de los 60 y 70, coincidiendo con el ascenso de movimientos sociales en pro de la justicia social y la conciencia medioambiental (Byars y Stanberry, 2018). Estos movimientos comenzaron a cuestionar la ética de la producción y consumo desmedidos de la era industrial, exponiendo y poniendo en tela de juicio las prácticas empresariales y la pasividad del consumidor. En este contexto, académicos de diversas disciplinas, principalmente de la sociología y economía, comenzaron a explorar el concepto del “consumo consciente” o “consumo ético” (Andrews, 2019).

De manera que, el constructo “consumo ético” se construyó a partir de la premisa de que los consumidores, a través de sus decisiones de compra, con una participación activa, pueden influir en las prácticas y formas como las empresas producen y, por ende, como el estado, la sociedad, interactúan en el sistema productivo (Sen y Bhattacharya, 2001; Hiller y Goworek, 2023). Este constructo plantea que el acto de comprar puede ser una forma de expresión política, social y medioambiental. Desde esta perspectiva, la elección de los consumidores, premiará los productos que son producidos de manera justa, ecológica y socialmente responsable.

Mientras tanto, los primeros estudios sobre el consumo ético, centraron la atención sobre la comprensión de las motivaciones y barreras que enfrentan los consumidores a la hora de adoptar comportamientos de consumo ético (White et al., 2019). Aquí, se reveló la existencia de una brecha entre las intenciones y los comportamientos reales de los consumidores, conocida como la “brecha de actitud-comportamiento”. Dado por la expresión de preocupación por parte del consumidor en aspectos éticos y medioambientales, contrastaba con la no incorporación de estas consideraciones en sus decisiones de compra, como consecuencia del precio, la falta de información, la percepción de baja eficacia personal, el sesgo de deseabilidad, entre otros. (Nguyen et al., 2019).

Más reciente, la investigación sobre el consumo ético se ha expandido y diversificado,

incluyendo el estudio de distintos aspectos como las influencias socioculturales y psicológicas en el consumo ético, la eficacia de las certificaciones y etiquetas éticas, el papel de las empresas en la promoción del consumo ético, entre otros (Rasool y Cerchione, 2020). Adicionalmente, se han desarrollado y validado diversas escalas y medidas para evaluar el consumo ético, permitiendo una mayor comparabilidad y generalización de los hallazgos.

No obstante, el campo del consumo ético todavía enfrenta varios desafíos. Por un lado, existe la necesidad de continuar explorando y comprendiendo las complejas dinámicas que intervienen en el consumo ético, que van más allá de las decisiones individuales e involucran aspectos culturales, estructurales y sistémicos. Por otro lado, a pesar de la creciente popularidad del consumo ético, todavía hay una gran parte de la población que no adopta comportamientos de consumo ético, por lo que es necesario seguir buscando estrategias y promocionando políticas para fomentar la adopción de estos comportamientos a gran escala.

2 | RELACIÓN DEL CONSUMO Y LA ÉTICA

En los últimos años, han surgido diversas corrientes de estudio que han categorizado al consumidor con diferentes etiquetas, incluyendo: el consumidor verde, el consumidor ético, el consumidor consciente, el consumidor responsable y el consumidor socialmente responsable, entre otros. En este trabajo, nos enfocaremos en el consumidor ético, entendido como aquel que reflexiona sobre el impacto de sus decisiones de consumo en el medio ambiente y la sociedad (White, 2019).

Así, los consumidores éticos toman decisiones considerando sensiblemente las alternativas éticas (Toti et al., 2021). Los valores pueden impulsar el consumo ético, pero la toma de decisiones positivas no siempre es posible debido a la cantidad y complejidad de las cuestiones éticas que rodean el contexto de compra (Kushwah et al., 2019). Solano et al. (2021), mediante una revisión sistemática de la literatura que incluyó las palabras clave “ethical consumption”, “consumer ethic”, “ethical consumer”, “consumer behavior” y “ethics of consumption”, determinaron seis clústeres temáticos: 1) brecha entre intención y comportamiento ético; 2) normas deontológicas y consumo ético; 3) ética relacionada con el producto; 4) confianza del consumidor hacia la empresa; 5) influencias ambientales y contextuales amplias; y 6) actitudes, normas subjetivas e identidad moral.

Específicamente, el clúster que aborda la brecha entre intención y comportamiento ético representa el dilema entre ser y parecer. Aquí, el consumidor, en público, expresa su identificación con los preceptos del consumo ético, pero en la práctica, sin la vigilancia social, no siempre se concreta. En este clúster, el autor destaca tres trabajos por su representatividad. En uno de ellos, Carrington et al. (2010) proponen un modelo conceptual innovador con relaciones teóricas inexploradas que podrían ayudar a salir del automatismo

de compra e incorporar las intenciones de implementación, el control conductual real y el contexto situacional.

Johnstone y Tan (2015), también incluidos en el clúster, establecen que las percepciones de los consumidores sobre factores externos dificultan la adopción de prácticas de consumo más ecológicas debido a la percepción de que es demasiado difícil ser verde, al estigma verde y a la incertidumbre sobre si las prácticas de consumo ecológicas realmente hacen una diferencia para el medio ambiente. Por último, Shaw et al. (2016) resaltan que el concepto de "cuidado" tiene matices que son relevantes para entender la brecha entre intención y comportamiento. Estos matices del cuidado se presentan como cuidado "para", "de" y "sobre". Las diferentes concepciones del cuidado pueden influir en el comportamiento de compra.

2.1 Surge el dilema, ser o no ser consumidor ético

En la economía neoclásica, se desarrolló la teoría del consumo basada en el concepto de "utilidad", donde el consumo se percibe como una acción que proporciona satisfacción al consumidor. Cada acto de consumo tiene asociada una determinada cantidad de utilidad, que se puede medir para cuantificar el efecto económico (Roach et al., 2019). Esta visión sitúa a la teoría del consumidor en línea con la ética utilitarista, que sostiene que un acto de consumo es más correcto cuando genera "la mayor utilidad al mayor número" de personas (Tseng y Wang, 2021).

Amartya Sen es uno de los críticos de esta concepción. Sen impugna la medición del bienestar en términos de utilidad y propone en su lugar las "capacidades" como criterio para evaluar la calidad de vida (Giménez y Valente, 2016). La mayoría de los académicos reconocen que el utilitarismo presenta al menos dos deficiencias: a) no permite entender la justicia como universalidad, pues se conforma con "el mayor número" cuando, en sociedades idealmente equitativas, el principio de justicia debería ser universal; y b) se equivoca al medir el consumo como una variable observable, dado que los consumidores no solo buscan una satisfacción medible. Existen dimensiones subyacentes que motivan el consumo, como las creencias religiosas, el estilo de vida, la cultura individual o colectiva, y otros factores no observables que influencian verdaderamente las decisiones de compra del consumidor.

La ética del consumo sostiene que los consumidores deben actuar de manera consciente y reflexiva, preguntándose ¿qué se debe consumir?, ¿para qué se debe consumir? y ¿quién debe decidir lo que se consume?, alineándose con la dimensión moral, que implica considerar que el consumo debe ser justo y contribuir a una buena vida. El consumo será justo si las personas están dispuestas a consumir solo aquellos productos que todos los ciudadanos puedan consumir y que, al mismo tiempo, no perjudiquen a la sociedad ni al medio ambiente (Amantova, 2015). Para considerar que el consumo es justo, este debe ser universalmente accesible.

No obstante, existe una amplia asimetría de información respecto a las consecuencias del consumo de productos para la sociedad y el medio ambiente. Por ello, además del compromiso individual, es necesaria una intervención institucional. El consumidor necesita información confiable sobre la naturaleza de los productos, la relación calidad-precio, los efectos del producto en sí mismo y los efectos de su consumo sobre la sociedad y el medio ambiente (Zhao et al., 2021).

Por lo cual, la ética del consumo tiene el potencial de promover una vida buena. Sin embargo, para que esto sea factible, es necesario desafiar ciertos paradigmas, como la asociación de la felicidad con la capacidad de comprar de forma indefinida e indeterminada los productos de un mercado (Marpaung et al., 2021). En lugar de ello, se debe aspirar a consumir en función de la calidad de vida en lugar de la cantidad de productos, promoviendo el fortalecimiento de las relaciones humanas, el disfrute de la naturaleza y la tranquilidad en el acto de consumir. Estos elementos, necesariamente, entran en conflicto con el consumo ilimitado.

Por ejemplo, una alternativa al consumo masivo es el movimiento de "consumo consciente", que propone un cambio de paradigma: en lugar de consumir sin pensar, se busca consumir de manera que se apoye a las empresas y productos que sean respetuosos con el medio ambiente, promuevan la justicia social y contribuyan a una economía equitativa. Estas prácticas de consumo consciente incluyen el apoyo a empresas locales, la compra de productos orgánicos y la reducción del uso de plástico, entre otras.

Además, se están desarrollando cada vez más políticas públicas y normativas empresariales para facilitar un consumo más ético. Estas pueden incluir la creación de etiquetas de productos que proporcionen información clara sobre el impacto ambiental y social de un producto, legislación para reducir el uso de plásticos de un solo uso o la promoción de productos fabricados éticamente (Moshood et al., 2022). Sin embargo, el consumo ético sigue siendo un desafío en un mundo dominado por el capitalismo de consumo, y se requiere un cambio de actitud colectiva para redefinir el éxito y la felicidad en términos que vayan más allá del simple consumo.

3 I ¿CÓMO VE EL CONSUMO ÉTICO EL SECTOR EMPRESARIAL?

El sector empresarial, ve que el consumidor contemporáneo ha asumido un rol activo y crítico en los procesos comerciales, evolucionando desde un mero receptor pasivo a un participante consciente y crítico de sus decisiones de compra (Reyes, 2019). Este cambio en el comportamiento del consumidor ha planteado la necesidad de analizar los procesos comerciales y las estrategias de marketing desde una perspectiva ética y de responsabilidad social.

Esta transformación no solo concierne a las empresas y marcas, sino que también se extiende al consumidor. Este último, debe ser concebido no sólo como un agente de

cambio positivo a través de sus decisiones de compra responsables, sino que también debe ser analizado cuando sus comportamientos y decisiones resultan inmorales y egoístas (Caballero, 2019). En términos prácticos, abordar estos nuevos desafíos y dinámicas puede marcar una diferencia sustancial en la solución de problemas globales de índole económico y ambiental. Por ejemplo, la tendencia creciente hacia un consumo más sostenible y responsable puede contribuir a mitigar la explotación laboral en la industria de la moda o reducir la generación de residuos plásticos (Pfajfar et al., 2022).

En este contexto, la ética empresarial emerge como una disciplina crucial que no solo se ocupa de los problemas éticos y dilemas que pueden surgir en los negocios, sino que también establece un conjunto de normas y estándares éticos que orientan el comportamiento de las empresas. Estas normas van desde el trato justo de los empleados hasta la responsabilidad social y la sostenibilidad ambiental (Dacin et al., 2022). En este sentido, el comercio ético puede considerarse como un equilibrio entre las expectativas y demandas de los consumidores, y las prácticas y políticas de las empresas. Dicha relación debe basarse en la transparencia, la equidad y la responsabilidad (Mandarić, 2022). Un ejemplo de esto es el caso de las empresas de comercio justo, las cuales garantizan un precio justo a los productores y cultivadores en países en vías de desarrollo, promoviendo así la equidad y la sostenibilidad.

Además, es importante resaltar que el conocimiento y la implementación de la ética empresarial ya no son meramente opcionales, sino que se han convertido en un componente integral para el éxito empresarial en el mundo contemporáneo. Las empresas que adoptan prácticas éticas y responsables tienden a generar mayor confianza entre sus consumidores y, en consecuencia, logran una mayor fidelidad y apoyo a largo plazo (Reyes, 2019). Por tanto, las empresas como los consumidores son actores esenciales en la construcción de una economía más ética y sostenible. Su compromiso y acciones conjuntas pueden marcar una diferencia significativa en la solución de los desafíos globales contemporáneos, alineando los intereses comerciales con los principios éticos y los valores de responsabilidad social y ambiental.

3.1 El consumo ético y la economía digital

La economía digital ofrece una base teórica valiosa para investigaciones relacionadas con consumo verde y presenta una oportunidad para impulsar el desarrollo y formulación de políticas gubernamentales adecuadas. Según Ning et al., (2023), el aumento del nivel de digitalización en la economía se traduce en un incremento del nivel de innovación verde en las empresas. Además, se observan diferencias significativas en la sensibilidad a la economía digital entre los distintos tipos de empresas, destacándose que las empresas estatales se ven más influenciadas por el desarrollo de la economía digital en términos de innovación verde. La economía digital mejora la innovación verde al aumentar la atención pública y optimizar la estructura energética.

En este sentido, Yang et al., (2022) enfatizan la importancia del desarrollo de la infraestructura digital y la integración entre la digitalización y la innovación tecnológica verde. Esto impulsará el crecimiento industrial de la economía digital y aumentaría la eficiencia potencial de la innovación verde. Además, es crucial proporcionar capacitación en tecnología digital y alfabetización digital para cultivar talentos capaces de utilizar efectivamente la tecnología de la información, lo que permitiría a las empresas tradicionales mantenerse actualizadas con la tecnología digital líder (Nikou et al., 2022).

Complementando lo anterior, Cristofari (2023), en su entrevista a Anne Helmond, señalan que es necesario acelerar la reestructuración de empresas digitales y eliminar el trato político diferencial entre empresas con diferentes propietarios. Para lograr esto, los responsables de la formulación de políticas deben proporcionar una guía razonable que cree un ambiente propicio para la innovación y el desarrollo, aplicando políticas de incentivos precisas y equitativas para diferentes tipos de empresas e industrias. Esto permitirá enfrentar de manera continua las fluctuaciones en políticas ambientales externas y estimular el poder endógeno de las empresas industriales para desarrollar de manera sostenible e impulsar la innovación verde.

Asimismo, los formuladores de políticas deben mejorar la infraestructura digital y aprovechar al máximo la tecnología de la información en el proceso de gobernanza ambiental. Esto incluye la divulgación activa de información sobre protección ambiental, la promoción de la participación pública y el uso de la regulación informal para atender las preocupaciones públicas (Nuñez et al., 2018). Además, se debe fomentar el desarrollo de las finanzas digitales, lo que ampliará las oportunidades de financiamiento y apoyará a las empresas en el desarrollo de tecnologías ecológicas e innovaciones.

4 I CONSUMO ÉTICO Y FACTORES QUE LO LIMITAN

Independientemente de lo que desencadena el surgimiento del comportamiento de consumo ético, el efecto de este comportamiento es evidente, ya que está surgiendo un número creciente de consumidores conscientes y éticos. Cada vez más personas prefieren comprar a empresas que se preocupan por estos temas (Lacey & Long, 2020), y existe un creciente interés del consumidor en comprar productos éticos (Carrington et al, 2010). Del mismo modo, también se ha demostrado que los consumidores han incluido cada vez más criterios éticos en su decisión de compra (Mandarić, 2022). Como se ha dicho anteriormente, es importante entender el consumo ético ya que se está convirtiendo en una tendencia y debido al creciente número de consumidores éticos.

Sin embargo, todavía existen factores que impiden este comportamiento. El primer factor es la disponibilidad limitada de productos éticos (White, 2019). Los consumidores aún consideran difícil encontrar productos éticos y respetuosos con el medio ambiente, ya que solo están disponibles en determinadas tiendas y solo para ciertas categorías. Por

ejemplo, una investigación de Gallo et al. (2023), mostró que hay muchos consumidores interesados en comprar alimentos éticos, pero no podían comprar esos alimentos debido a la falta de disponibilidad. En otras palabras, para los consumidores, es más fácil conseguir la 'marca habitual' (Söderholm, 2020).

El segundo factor es el bombardeo excesivo de los consumidores con campañas de marketing (Burke et al., 2014). Como se mencionó antes, las campañas de marketing son útiles para informar a los consumidores sobre el tema del consumo ético, ya que hay algunos consumidores que pueden no estar completamente conscientes de los problemas éticos detrás de las elecciones de consumo (Berki-Kiss y Menrad, 2022). Sin embargo, el uso excesivo de campañas de marketing puede hacer que los consumidores se muestren reacios a adoptar el comportamiento mencionado anteriormente. Como afirman Jamil et al. (2022), la sobrecarga de información puede conducir a sentimientos negativos hacia el consumo ético ya que crea escepticismo hacia el producto ético. Informar a los consumidores sobre el producto ético es bueno, pero una vez que esta campaña se utiliza en exceso, puede resultar contraproducente.

El tercer factor es el precio. Se percibe que el precio de los productos éticos es ligeramente más alto en comparación con otros productos. Aunque los consumidores están de acuerdo en que las empresas deben adoptar prácticas éticamente responsables, tienden a rechazar las posibles consecuencias de esta práctica, que son precios más altos para los productos (Mansouri et al., 2022). Del mismo modo, Roach (2019) afirma que los consumidores tienden a realizar compras éticas que no les exigen pagar más, sufrir una pérdida de calidad o hacer un esfuerzo especial.

También debe tenerse en cuenta que los consumidores no son tan éticos en la práctica como dicen serlo. Existe una brecha significativa entre las actitudes y el comportamiento, entre lo que los consumidores afirman que les preocupa y las decisiones de compra que toman (Carrington et al., 2010). Las actitudes por sí solas suelen ser un mal predictor de la intención de comportamiento o del comportamiento en el mercado. Aunque los consumidores mostraban actitudes socialmente responsables, solo el 20% de ellos afirmaba que compraba un producto determinado porque estaba asociado con una buena causa (Narayanan y Singh, 2023).

Además, Carrington et al. (2010), ya mostró que mientras el 30% de los consumidores afirmaron que comprarían de forma ética, sólo el 3% realmente lo hacía. Estos resultados muestran que las intenciones éticas de los consumidores rara vez se convierten en un comportamiento de compra ético real (Carrington et al., 2014).

5 I A MANERA DE CONCLUSIÓN

Como conclusión, podemos afirmar que la transición del consumidor tradicional hacia una ruta de consumo ético plantea desafíos de gran magnitud. En primer lugar, se

encuentra el aspecto individual del consumidor, quien debe asumir un compromiso sólido y decidido para tomar decisiones de compra que desplacen la visión unidimensional del espejo por un prisma que integre las diversas dimensiones e implicancias de su acción.

Por otro lado, es imprescindible el papel institucional para que este anhelo de cambio trascienda y se convierta en realidad. La asimetría de información debe ser superada mediante la implementación de un sistema de información confiable, con reglas que sean aceptadas tanto por los productores y distribuidores, como por los comerciantes.

Para lograrlo, se requiere de una serie de estrategias. Estas pueden incluir la implementación de campañas de concienciación sobre las implicaciones del acto de consumo, la divulgación de información transparente sobre los productos, la eliminación de campañas y noticias falsas por parte del sector empresarial y el cumplimiento de principios de sostenibilidad, entre otros. En este camino hacia un consumo ético, se hace evidente la necesidad de una transformación colectiva, en la que todos los actores involucrados asuman la responsabilidad de impulsar y apoyar una cultura de consumo más consciente y responsable.

AGRADECIMIENTO

Este capítulo ha sido posible gracias al patrocinio del proyecto de investigación “Gestión de empresas y grupos de interés hacia la sostenibilidad desde la responsabilidad social empresarial”, proyecto adscrito a la carrera de Administración de Empresas y al programa de maestría en Administración y Dirección de Empresas de la Universidad Metropolitana, Sede Machala; y en colaboración con la Red Internacional de Investigadores en Mercadotecnia (RIIM).

JEL: A13

REFERENCIAS

Amantova-Salmane, L. (2015). Ethical aspects of sustainability. *Latgale National economy research*, *1*(7), 5-16. https://doi.org/10.17770/lner2015vol1.7.1176

Andrews, C. (2019). The Sociology of Consumption. In The Wiley Blackwell Companion to Sociology (eds G. Ritzer and W.W. Murphy). https://doi.org/10.1002/9781119429333.ch21

Berki-Kiss, D., & Menrad, K. (2022). Ethical consumption: Influencing factors of consumer´ s intention to purchase Fairtrade roses. *Cleaner and Circular Bioeconomy*, *2*, 100008. https://doi.org/10.1016/j.clcb.2022.100008

Burke, P. F., Eckert, C., & Davis, S. (2014). Segmenting consumers’ reasons for and against ethical consumption. *European Journal of Marketing*, *48*(11/12), 2237-2261. https://doi.org/10.1108/EJM-06-2013-0294

Byars, S. & Stanberry, K. (2018). *Business ethics.* Openstax. https://oraprdnt.uqtr.uquebec.ca/pls/public/docs/GSC1730/O0000737491_BusinessEthics_OP.pdf

Caballero, H. (2019). Hacia la descolonialidad del consumo en el Buen vivir. Reflexiones teóricas. *Solidaridad económica, buenos vivires y descolonialidad del poder*, 111-128. http://biblioteca.clacso.edu.ar/clacso/gt/20200513061220/Solidaridad-economica.pdf

Capozza, I., & Samson, R. (2019). Towards green growth in emerging market economies: Evidence from environmental performance reviews. OECD Green Growth Papers. https://doi.org/10.1787/d5e5b5d7-en

Carrington, M., Neville, B. & Whitwell, G. (2010). Why Ethical Consumers Don't Walk Their Talk: Towards a Framework for Understanding the Gap Between the Ethical Purchase Intentions and Actual Buying Behaviour of Ethically Minded Consumers. Journal of Business Ethics, 97, 139–158. https://doi.org/10.1007/s10551-010-0501-6

Carrington, M. J., Neville, B. A., & Whitwell, G. J. (2014). Lost in translation: Exploring the ethical consumer intention–behavior gap. *Journal of Business Research*, *67*(1), 2759-2767. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.09.022

CERES (2021). Estudio primario. Percepción sobre consume responsable en Ecuador. https://www.redceres.com/_files/ugd/8c779e_49da1e74159a4d9d9d7ff6245ea826ee.pdf

Cristofari, G., & Helmond, A. (2023). The politics of platformization: Amsterdam dialogues on platform theory. *INC Theory on Demand*, *48*. https://networkcultures.org/wp-content/uploads/2023/02/PoliticsofPlatformization_INC2023_TOD48.pdf

Dacin, M. T., Harrison, J. S., Hess, D., Killian, S., & Roloff, J. (2022). Business versus ethics? Thoughts on the future of business ethics. *Journal of Business Ethics*, *180*(3), 863-877. https://doi.org/10.1007/s10551-022-05241-8

Fatima, T., & Elbanna, S. (2023). Corporate social responsibility (CSR) implementation: A review and a research agenda towards an integrative framework. *Journal of Business Ethics*, *183*(1), 105-121. https://doi.org/10.1007/s10551-022-05047-8

Frohmann, A., Mulder, N., & Olmos, X. (2020). Incentivos a la sostenibilidad en el comercio internacional. CEPAL. https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46604/1/S2000778_es.pdf

Gallo, T., Pacchera, F., Cagnetti, C., & Silvestri, C. (2023). Do Sustainable Consumers Have Sustainable Behaviors? An Empirical Study to Understand the Purchase of Food Products. *Sustainability*, *15*(5), 4462. https://doi.org/10.3390/su15054462

Gerini, F., Alfnes, F. and Schjøll, A. (2016), Organic- and Animal Welfare-labelled Eggs: Competing for the Same Consumers?. J Agric Econ, 67: 471-490. https://doi.org/10.1111/1477-9552.12154

Giménez, C. y Valente, X. (2016). Una aproximación a la pobreza desde el enfoque de capacidades de Amartya Sen. Provincia, 35, 99-149. https://www.redalyc.org/jatsRepo/555/55548904005/html/index.html

Hiller, A., & Goworek, H. (2023). *Ethical Consumption: A Research Overview.* Routlege.

Howard, M., Yan, X., Mustafee, N., Charnley, F., Böhm, S., & Pascucci, S. (2022). Going beyond waste reduction: Exploring tools and methods for circular economy adoption in small-medium enterprises. *Resources, Conservation and Recycling*, *182*, 106345. https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2022.106345

Jamil, R. A., Qayyum, A., & Lodhi, M. S. (2022). Skepticism Toward Online Advertising: Causes, Consequences, and Remedial Moderators. *International Journal of Online Marketing (IJOM)*, *12*(1), 1-21. https://doi.org/10.4018/IJOM.288426

Johnstone, M., Tan, L. (2015). Exploring the Gap Between Consumers' Green Rhetoric and Purchasing Behaviour. Journal of Business Ethics, 132, 311–328. https://doi.org/10.1007/s10551-014-2316-3

Kushwah, S., Dhir, A., & Sagar, M. (2019). Ethical consumption intentions and choice behavior towards organic food. Moderation role of buying and environmental concerns. *Journal of Cleaner Production*, *236*, 117519. https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.06.350

Lacey, N. & Long, J. (2020). The sustainable imperative. The case for building sustainable business has never been stronger. https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2020-11/the-sustainability-imperative-ipsos-2020.pdf

Lawrence, J., & Mekoth, N. (2023). Demarketing for sustainability: A review and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*. https://doi.org/10.1111/ijcs.12904

Mandarić, D., Hunjet, A., & Vuković, D. (2022). The Impact of Fashion Brand Sustainability on Consumer Purchasing Decisions. *Journal of Risk and Financial Management*, *15*(4), 176. https://doi.org/10.3390/jrfm15040176

Mansouri, H., Sadeghi Boroujerdi, S. and Md Husin, M. (2022), "The influence of sellers' ethical behaviour on customer's loyalty, satisfaction and trust", Spanish Journal of Marketing ESIC, Vol. 26 No. 2, pp. 267-283. https://doi.org/10.1108/SJME-09-2021-0176

Marpaung, I. R., Nawawi, Z. M., & Aslami, N. (2021). Analysis of The Application of Business Ethics in Online Buying and Selling Transactions on The Shopee Marketplace. *Journal of Social Research*, *1*(1), 20-26. https://ijsr.internationaljournallabs.com/index.php/ijsr/article/view/8/6

Moshood, T. D., Nawanir, G., Mahmud, F., Mohamad, F., Ahmad, M. H., & AbdulGhani, A. (2022). Sustainability of biodegradable plastics: New problem or solution to solve the global plastic pollution?. *Current Research in Green and Sustainable Chemistry*, *5*, 100273. https://doi.org/10.1016/j.crgsc.2022.100273

Narayanan, S., & Singh, G. A. (2023). Consumers' willingness to pay for corporate social responsibility: Theory and evidence. *International Journal of Consumer Studies*. https://doi.org/10.1111/ijcs.12910

Nguyen, H. V., Nguyen, C. H., & Hoang, T. T. B. (2019). Green consumption: Closing the intention-behavior gap. *Sustainable Development*, *27*(1), 118-129. https://doi.org/10.1002/sd.1875

Nikou, S., De Reuver, M., & Mahboob Kanafi, M. (2022). Workplace literacy skills—how information and digital literacy affect adoption of digital technology. *Journal of Documentation*, *78*(7), 371-391. https://doi.org/10.1108/JD-12-2021-0241

Ning, J., Jiang, X., & Luo, J. (2023). Relationship between enterprise digitalization and green innovation: A mediated moderation model. *Journal of Innovation & Knowledge*, *8*(1), 100326. https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100326

Núñez, G., De Furquim, J., & Pereira, M. (2018). Políticas de competencia para una economía digital: el marco regulatorio e institucional y el contexto internacional. CEPAL. https://www.cepal.org/es/publicaciones/43630-politicas-competencia-economia-digital-marco-regulatorio-institucional-contexto

Pfajfar, G., Shoham, A., Małecka, A., & Zalaznik, M. (2022). Value of corporate social responsibility for multiple stakeholders and social impact–Relationship marketing perspective. *Journal of business research*, *143*, 46-61. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.051

Rasool, S, Cerchione, R, Salo, J. (2020). Assessing ethical consumer behavior for sustainable development: The mediating role of brand attachment. *Sustainable Development*. 28: 1620–1631. https://doi.org/10.1002/sd.2110

Reyes, P. (2019). Tendencias de consumo: transformaciones que constituyen a los nuevos consumidores y se establecen en las estrategias de los nuevos mercados. En José Pereira (Eds.), *Buen vivir, cuidado de la casa común y reconciliación*. Cátedra UNESCO. https://www.javeriana.edu.co/unesco/pdf/LibroCatedraUNESCO.pdf

Roach, B., Goodwin, N., & Nelson, J. (2019). Consumption and the consumer society. *Medford, MA.: Global Development and Environment Institute, Tufts University.* https://www. bu. edu/eci/files/2019/10/Consumption_and_Consumer_Society. pdf.

Sen, S., & Bhattacharya, C. B. (2001). Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility. Journal of Marketing Research, 38(2), 225–243. https://doi.org/10.1509/jmkr.38.2.225.18838

Shaw, D., McMaster, R. & Newholm, T. (2016). Care and Commitment in Ethical Consumption: An Exploration of the 'Attitude–Behaviour Gap'. Journal of Business Ethics, 136, 251–265. https://doi.org/10.1007/s10551-014-2442-y

Söderholm, P. The green economy transition: the challenges of technological change for sustainability. Sustain Earth 3, 6 (2020). https://doi.org/10.1186/s42055-020-00029-y

Solano, J., Zaldumbide, D., y García, D. (2021). Estado del arte sobre consumo ético en la última década: revisión sistemática de la literatura. En Perazolli, L. (Ed.), Ciencia e tecnología para o desenvolvimento ambiental, cultural e socioeconómico. Editora Artemis. https://doi.org/10.37572/EdArt_2012215211

Toti, J., Diallo, M. & Huaman-Ramirez, R. (2021). Ethical sensitivity in consumers' decision-making: The mediating and moderating role of internal locus of control. *Journal of Business Research*, *131*, 168-182. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.045

Tseng, P., & Wang, Y. (2021). Deontological or Utilitarian? An Eternal Ethical Dilemma in Outbreak. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18*(16), 8565. https://doi.org/10.3390/ijerph18168565

White, K., Habib, R., & Hardisty, D. J. (2019). How to SHIFT Consumer Behaviors to be More Sustainable: A Literature Review and Guiding Framework. Journal of Marketing, 83(3), 22–49. https://doi.org/10.1177/0022242919825649

Yang, W., Chen, Q., Guo, Q., & Huang, X. (2022). Towards sustainable development: How digitalization, technological innovation, and green economic development interact with each other. International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(19), 12273. https://doi.org/10.3390/ijerph191912273

Zhao, H., Yao, X., Liu, Z., & Yang, Q. (2021). Impact of pricing and product information on consumer buying behavior with customer satisfaction in a mediating role. Frontiers in Psychology, 12, 5016. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.720151

ANÁLISIS DEL CONSUMO Y DE LOS ATRIBUTOS DE LA CALIDAD DEL CAFÉ

Data de submissão: 13/08/2023 *Data de aceite: 02/10/2023*

Viviana del Rocío Ramírez Guillén
Universidad Autónoma de Chiapas
Villaflores, Chiapas
ORCID: 0009-0004-5692-3469

Ariel Vázquez Elorza
Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco, A.C.
Guadalajara, Jalisco
ORCID: 0000-0002-6710-8935

Mariela Beatriz Reyes Sosa
CONAHCYT- Universidad Autónoma de Chiapas
Villaflores, Chiapas
Enlace o ORCID: 0000-0002-9977-4246

José Alfredo Medina Meléndez
Universidad Autónoma de Chiapas
Villaflores, Chiapas
Enlace o ORCID: 0000-0002-8666-0821

Rubén Monroy Hernández
Universidad Autónoma de Chiapas
Catazajá, Chiapas
ORCID: 0000-0002-7799-8169

RESUMEN: El café tiene en la actualidad una demanda de calidad selectiva que no puede ser del todo cubierta debido a las exigencias específicas de los consumidores generando una nueva tendencia en los gustos y preferencias. Este trabajo tiene como objetivo conocer los sectores y canales de distribución de consumo, la importancia de los atributos en la calidad y origen de los distintos tipos de cafés. Así mismo, se basa en el método Función de Despliegue de Calidad, mediante formularios de Google diseñados para recoger las demandas y expectativas de los consumidores de café, estas se distribuyeron mediante las redes sociales y con el Proceso de Jerarquía Analítica se priorizaron los atributos y características de la calidad demandadas. Se determinó el tamaño de muestra considerando el consumo anual y per cápita en México. Como respuesta se obtuvieron 489 encuestas, de las cuales 452 son de residentes de 31 estados de la República Mexicana y 37 son internacionales de 12 países. Los resultados indican que, el principal sector de consumo es retail (casa) seguido del institucional teniendo como principal canal de distribución el supermercado. Con respecto a los atributos, el sabor y aroma son los más importantes en el momento de la selección y compra del café. El 16% de la población encuestada tiene conocimiento de la escala de la

Asociación de Cafés Especiales. México tiene una creciente participación en los mercados de especialidad, principalmente, en los estados productores con más de 30% de preferencia en consumir este tipo de café y el 28.5% lo adquiere de manera directa en fincas y productores, evidenciándose un consumo del 64% en café tostado presentando un crecimiento importante sobre la base que el consumidor busca en las características de origen y sabor en taza diferente.
PALABRAS CLAVE: Consumidores, distribución, preferencias y cafés especiales.

ANALISYS OF CONSUMPTION AND COFFEE QUALITY ATTRIBUTES

ABSTRACT: Coffee currently has a selective quality demand that cannot be completely covered because of the specific demands of consumers, generating a new trend in tastes and preferences. This work aims to understand how coffee is distributed and consumed, and what attributes of quality and origin are most important. We used Google forms and the Quality Deployment Function method to gather coffee consumer demands and expectations. We distributed these through social networks, and, with the Analytical Hierarchy Process, the attributes and characteristics of the quality demanded were prioritized. The sample size was determined considering the annual and per capita consumption in Mexico. In response, we got 489 surveys, of which 452 were from residents of 31 Mexican states and 37 were international from 12 countries. The results indicate that retail (home) and institutional are the main consumer sectors with the supermarket being the primary distribution channel. Regarding the attributes, flavor and aroma are the most important now of selection and purchase of coffee. 16% of the surveyed population is aware of the scale of the Specialty Coffee Association. Mexico's specialty coffee market is growing. Over 30% of people in coffee-producing states prefer it, and 28.5% buy it directly from farms. 64% of the coffee consumed is roasted, as consumers seek unique origin and flavor characteristics.
KEYWORDS: Consumers, distribution, preferences and specialty coffees.

1 I INTRODUCCIÓN

La producción de café ha ido en aumento en los últimos años logrando situarse por encima de los 175 millones de sacos a cierre de la campaña 2020/2021, de los cuales, Sudamérica es la responsable del 43% y Mesoamérica del 18% de la producción mundial (*USDA, 2021*, STATISTA 2023). De acuerdo con el ranking de café en el año 2021, los principales productores de café a nivel internacional son: Brasil que encabeza la clasificación mundial con un volumen anual de 57 millones de sacos de café verde de 60 kg, situándose muy por encima de Vietnam y Colombia. México contribuye con 3 millones 590 mil sacos de café verde y logra posicionarse en la onceava posición (STATISTA, 2022). En México el volumen de producción de café presenta un ascenso muy destacado donde, en la actualidad son 16 estados productores de café. Sin embargo, el 89.73% de la producción nacional de café cereza se cosecha en los estados de Chiapas, Veracruz, Puebla y Oaxaca (SIACON, 2022).

El consumo del café está concentrado en países no productores, según las estimaciones del Statista Consumer Market Outlook (2022), los países nórdicos son los que más beben café. El consumo del café está en un promedio anual por persona: para Finlandia de 8.2 kg, Dinamarca 7.4 kg y Noruega 6.8 kg con un consumo elevado. Continua Brasil país principal productor y exportador de café del mundo con una media de 5.4 kg, mientras que en los países tradicionalmente importadores cuya población tiene alto poder adquisitivo y orientado al consumo de productos de buena calidad como Italia, país del expreso por excelencia con un consumo de 4.9 kg, España con 3 kg, Estados Unidos o Japón donde el consumo llega a los 3.7 kg y 2.1 kg por persona al año (STATISTA, 2022). Por su parte, en México el consumo es de 1.6 kg (SADER, 2020).

Un elemento decisivo en el mercado es la calidad física del grano y sensorial de la bebida del café la cual se evalúa mediante paneles de catación donde se obtienen puntuaciones a estos atributos de calidad, una de las más utilizadas en México es la de Speciality Coffee Asociation (SCA). A nivel global existe un déficit de producción de café diferenciado y de especialidad, por ello, es importante atender la demanda de este mercado (FIGUEROA; PÉREZ; GODÍNEZ, 2014). En el ámbito nacional, el desarrollo futuro del mercado es la identificación de los cafés diferenciados, decir, es todo aquello que no se sitúa en la categoría de *commodity*, por su particularidad se encuentran los cafés de alta calidad con perfiles de sabor único, de preparación especial, certificados ya sea por su calidad o por sus procesos ecológicos o sustentables, o bien como por su participación social, son apreciados y llamados cafés especiales (GIOVANNUCCI, 2009, ESCAMILLA; LANDEROS, 2016).

Actualmente, el mercado del café se encuentra segmentado por el tipo de producto, origen y los canales de distribución (*on-trade* y *off-trade*), permitiendo la venta al público en los supermercados, tiendas de conveniencia, cafeterías, minoristas especializados y en línea, donde este último canal según datos de Statista presentados por la Asociación Mexicana de Cafés y Cafeterías de Especialidad (AMCCE), así como BlackSip de la región de Latinoamérica, presentó un crecimiento de compradores en línea en 2020, con un incremento del 10% frente al 7% mundial. Además, se registró un aumento del 31% en ventas realizadas a través del comercio electrónico, en comparación con 2019, donde los aspectos que motivaron a las personas a realizar estas compras fueron la claridad de la información sobre los productos y los tiempos de entrega (ROMERO, 2021). Siendo relevantes los cafés especiales, debido a la preferencia que tienen los consumidores por ciertos atributos al probar la bebida, dando origen a la creación de diferentes presentaciones de productos como: los cafés de origen, puros (*unblended*), mezclas especiales de los torrefactores (*blend*), cafés perfumados (*flavoured*), descafeinados, orgánicos, de comercio justo, de sombra y sustentables (ESCAMILLA; LANDEROS, 2016). De acuerdo con los datos de Carlos Brando, citado por (ESCAMILLA; LANDEROS, 2016) la demanda de los cafés especiales está aumentando en los países emergentes en un 17% anual, consiguiendo un

nuevo nivel en los precios y para el caso de México el consumo interno tiene un incremento de un 7% anual y un 30% en los estados productores. Según la SCA y la Organización Internacional del Café (OIC) (2012) los cafés especiales están entre el 5% y 10% en ventas cada año, logrando ser un mercado potencial y dinámico al estar expandiéndose y en constante cambio.

2 I MATERIALES Y MÉTODOS

Con la finalidad de conocer la demanda de los consumidores hacia los atributos de calidad, sectores de consumo y canales de distribución de los cafés comerciales y especiales, se empleó el método de Función de Despliegue de Calidad (QFD) (TERNINKO, 1997) mediante un cuestionario de Formulario Google donde se atendieron las prioridades de consumo y lo que establecen como calidad los consumidores con respuestas en un ranking del 1 al 5, donde el 5 es de mayor prioridad y el 1 la menor. Se distribuyó el enlace por las redes sociales y páginas de comunicación destinados a las actividades del café y, con el Proceso de Jerarquía Analítica (SAATY, 1997) se priorizaron los atributos y características de la calidad.

Determinación de la muestra

Actualmente se desconocen los datos oficiales de la población consumidora de café en México, no obstante, se determinó considerando el consumo anual y per cápita en México. De acuerdo con la OIC en el año 2020/21, en México, se consumieron 2,420,000 sacos de café verde de 60 kg y, en ese mismo año, la SADER (2020) reportó que el consumo per cápita fue de 1.6 kg. Se logró obtener la población consumidora de café de 90,750,000 de mexicanos. Una vez teniendo los datos se determinó el tamaño de la muestra con la fórmula (TORRES; PAZ; SALAZAR, [s.d.]) de la Tabla 1; obteniéndose 167 cuestionarios las mínimas necesarias para la representatividad de la población.

Datos para el cálculo de la muestra		
n	Muestra	167
N	Población	90,750,000
Z	Porcentaje de confianza 93%	1.81
p	Variabilidad positiva	0.5
q	Variabilidad negativa	0.5
E	Margen de error	0.07

Tabla 1. Datos para determinar el tamaño de población

$$n = \frac{Z^2 pqN}{NE^2 + Z^2 pq}$$

3 I RESULTADOS

El cuestionario fue respondido por 489 consumidores considerándose una cantidad importante para ser analizados. Kaye y Johnson (1999) mencionan que el internet tiene un crecimiento exponencial por lo cual se considera un medio de comunicación con fines de interés social e investigación del mercado. A continuación, se presentan los resultados de los datos recabados mediante la encuesta realizada.

Residencia de los encuestados

La distribución de las encuestas logró alcanzar diversos segmentos de población en distintas áreas geográficas. Se obtuvo un alcance del 90% de respuesta de 31 estados de la República Mexicana, faltando únicamente el estado de Zacatecas (Gráfica 1), con un 61.96% de participación de los 16 estados productores de café (SIACON, 2022). La entidad federativa de Chiapas tiene la mayor representatividad con el 23.4%, Estado de México y Ciudad de México con el 10.8% y 10.4% respectivamente, Veracruz 7.4%, Yucatán 4.3%, San Luis Potosí 4% y Puebla 2.8%.

Gráfica 1. Porcentaje de respuesta de la encuesta en los estados de la República mexicana

Fuente: Elaboración propia con información de residencia de encuestados

Así mismo, existió una participación del 10% a nivel internacional con 12 países destacándose: Argentina, España, Estados Unidos de América (Tabla 2). También se obtuvieron respuestas de Colombia (que representa el tercer país productor mundial) y Guatemala que se ubica en el décimo productor de café.

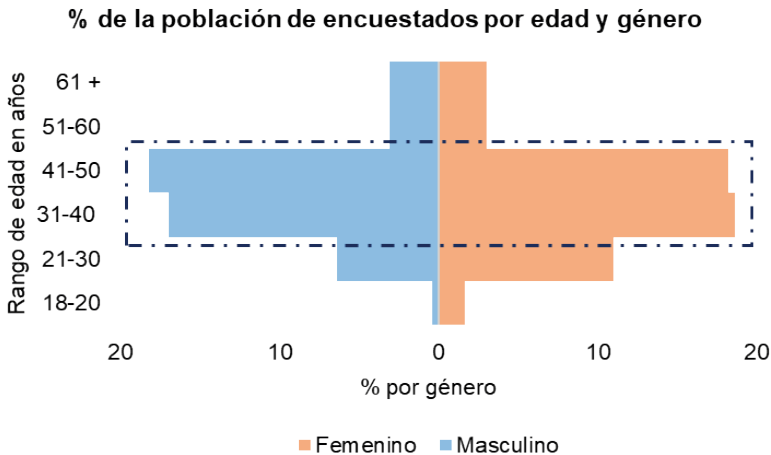
Núm.	Respuestas	Porcentaje	Cantidad
1	Argentina	3.0%	11
2	España	1.9%	7
3	Estados Unidos	1.6%	6
4	Guatemala	0.8%	3
5	Colombia	0.5%	2
6	Ecuador	0.5%	2
7	Francia	0.3%	1
8	Nicaragua	0.3%	1
9	Paraguay	0.3%	1
10	Polonia	0.3%	1
11	Suiza	0.3%	1
12	Brasil	0.3%	1
		10.0%	37

Tabla 2. Países participantes en la encuesta a nivel Internacional.

Fuente: Elaboración propia con base a respuesta de encuestados de nivel internacional

Edad y género de las personas encuestadas

En cuanto al género de la población objeto del estudio, la mayor participación de las encuestas sobresale el género femenino (Gráfica 2) con 254 respuestas y, el restante de 235 es del género masculino. De acuerdo con el estudio de El Financiero (2018), seis de cada diez personas consumidoras de café son mujeres.

El mayor porcentaje de respuestas se ubicó en el rango de edad de 31 a 40 años (35.58%) con mayor alcance en el género femenino (18.61%), seguido de los 41 a 50 años (34.56%) con un 18.20% de respuesta del género masculino, seguido del segmento entre los 21 a 30 años (17.38%), 51 a 60 años (7.16%) y con los porcentajes de menor de respuesta se encuentra el rango 61 años en adelante (3.27%) e igual o menor de 20 años (2.04%). De acuerdo con Hernández (2017) se obtuvo un porcentaje menor en respuestas en los últimos dos rangos, por motivos de edad, poco interés en temas relacionados con la calidad del café y el uso de las redes sociales e internet. Para el caso del rango de edad de 18 a 40 años se encuentran los consumidores *millennials* quienes tienen poder adquisitivo y buscan experiencias en las bebidas en vez de un producto, por lo cual Brown (2017) menciona que esta generación hacen una inmensa influencia en la industria de café y sus tendencias hacia un café de especialidad con mejores características de calidad convirtiendo estas bebida en algo habitual.

Gráfica 2. Rango de edades y género de encuestados

Fuente: Elaboración propia con base a datos de género y edad de encuestados

Sectores de consumo y canales de adquisición

De acuerdo con los encuestados la mayoría (71.4%) de los consumidores prefieren la preparación del café en casa teniendo como principales canales para la adquisición del producto los supermercados con el 21%, productores el 17.8% y distribuidores de cooperativas el 13.8% (Gráfica 3), donde se demuestra según CEDRSSA (2019) una mayor preferencia nacional en el consumo de café producido por cooperativas transnacionales y seguido de las distribuidoras de cooperativas cafetaleras. El consumo en instituciones es del 15.9%; en servicios alimenticios es del 12% siendo sus principales canales: cafeterías, supermercados, fincas o productores; a pesar de que el sector *retail* domine el espacio de consumo de la bebida, Euromonitor International (2017) menciona que el sector de servicios alimenticios el que está impulsando el crecimiento del consumo debido a la expansión de cafeterías por la variedad de bebidas. Como último sector con el 0.8% quienes mencionan consumir en las tiendas de conveniencia.

El principal canal de adquisición con el 30% son los supermercados debido a la cantidad de sucursales y oferta de productos locales, nacionales e internacionales ofreciendo opciones a los compradores; fincas o productores de café representa el 22%, distribuidores de cooperativas el 17.3% canales que ofertan productos más limitados y quienes presentan mayor importancia para el café de calidad y certificaciones; cafeterías con el 18.5% es un canal cada vez más importante para generar conocimientos especializados en la bebida y preparación del café, así como la variedad de productos; los restaurantes representan el 5.5%, quienes se suman a ofrecer cafés de calidad, en línea el 6.7% siendo un canal donde se puede encontrar las especificaciones de los productos y subproductos derivados del

café y una mejor calidad, lo cual contribuye a que el consumidor selecciones de acuerdo a los atributos de calidad, lo anterior contribuye a que el consumidor conozca los productos de especialidad.

Gráfica 3. Canales de adquisición por sector de consumo

Fuente: Elaboración propia con base a resultados de sectores de consumo y canales de adquisición

Al relacionar los sectores de consumo y canales de adquisición con el género; las mujeres consumen el 37.5% de café en casa adquiriéndolo como principal canal con el 12.3% en supermercados, el 6.1% en servicios alimenticios y con el 11.6% en fincas y productores de café. En cambio, el género masculino consume el 9.4% y 0.5% en instituciones y tiendas de conveniencia, de igual manera tiene preferencia en adquirir el café en un porcentaje del 9.3%, 10.1%, 3% y 3.5% en distribuidores de cooperativas, cafeterías, restaurantes y en línea respectivamente, siendo este último y, de acuerdo con Romero (2021) este comercio presenta un aumento para los cafés de especialidad dirigido principalmente al sector de consumo en casa.

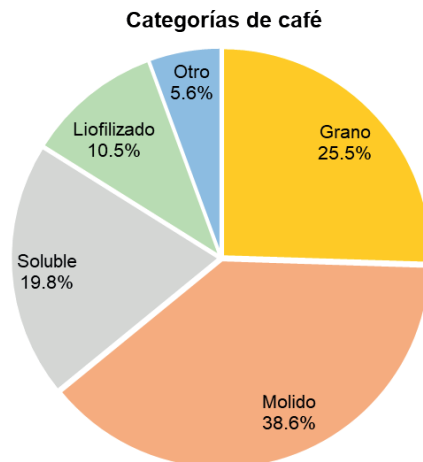
Se observa que el 28.5% compra de forma directa con las fincas o productores de café, el 25.6% supermercados, 20% distribuidores de cooperativas, 16.7% en cafeterías, 5.4% en línea y 3.9% en restaurantes. Al relacionar los estados productores con los canales de adquisición se observa que Chiapas, Veracruz, Oaxaca, Colima, Hidalgo y Tabasco tienen preferencia en adquirir el café de forma directa con los productores o fincas; el Estado de México, San Luis Potosí, Puebla, Querétaro, Morelos en supermercados, Jalisco en cafeterías, Michoacán y Nayarit aun no presentan una preferencia en los canales de adquisición (Gráfica 4). Los canales de cafeterías, restaurantes y en línea (mercados electrónicos) comienzan a tener un incremento debido al crecimiento de estos espacios y variación de tendencias.

Gráfica 4. Principales canales de distribución de los estados productores de café

Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuestados de los estados productores de café

Sectores y categorías de café de consumo

La estructura del consumo tiene influencia en el café molido y en grano (Gráfica 5). El café molido representa mayor porcentaje de respuesta dentro y fuera del hogar por la tendencia de calidad y aspectos de variedad, siendo impulsado por los propios consumidores y por el consumo en los servicios alimenticios (Tabla 3). El café en grano ha sido base de los servicios alimenticios, el cual ha impulsado el crecimiento del café tostado, así como en los hogares a pesar de costos de inversión en equipo (molino). El café soluble es el producto más común y lidereado por el sector del hogar, según datos de la SADER (2018) el consumo de café en México presentaba una preferencia en el soluble por costumbre de tomarlo en casa y la OIC (2012) menciona que se esperan tasas de crecimiento menores que las de molido o tostado, el cual ha ido innovándose a la mejora su calidad en un liofilizado y siga siendo un instantáneo, donde Euromonitor International (2017) menciona que cinco de cada diez tazas consumidas en el país pertenecen al café instantáneo.

Por lo cual, el consumidor determina características de tendencias locales y globales, hábitos, formas de preparación, precios y comienza a adoptar el hábito de consumo, el cual una vez se aprende sobre café y métodos de preparación se convierte en un mercado más selecto y se pasa a ser consumidores de café tostados y molido.

Gráfica 5. Porcentaje de preferencia en las diferentes categorías de café

Fuente: Elaboración propia basada en resultados de categorías de café de la encuesta

Sector	Categorías de café				
	Grano	Molido	Soluble	Liofilizado	Otro
Retail	19.5%	29.3%	13.7%	7.8%	4%
Servicio alimenticio	2.7%	3.8%	2.2%	1%	0.6%
Institucional	3.1%	5.2%	3.7%	1.6%	0.9%
Tiendas de conveniencia	0.2%	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%

Tabla 3. Porcentaje de relación del sector y categoría de café de consumo

Fuente: Elaboración propia con base en la preferencia de categorías de café para consumo

Tipos de café y canales de adquisición

Los consumidores tienen preferencia en consumir ambos tipos de cafés, seguido de los que consumen los cafés de especialidad y que se adquiere con mayor frecuencia en fincas o productores, así como en las distribuidoras de cooperativas por los valores de calidad, distinción de origen y mezclas; los cafés comerciales se destacan en supermercados (Tabla 4). Ha pesar de que la definición e identificación de categorías de café es muy difusa se han empleado enfoques que permitan la distinción a saber: la primera según Lingle & Menon (2017) es la calidad en taza con la evaluación de atributos; Hernández y Gómez (2016) mencionan que el segundo enfoque son los estándares de certificaciones; la tercera es la adoptada por The National Coffee Association (NCA) y hace referencia a las variedades premium de granos enteros o molidos y cuarto enfoque por la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia es la percepción del consumidor.

Canales de adquisición	Tipos de café			
	Café de especialidad	Café comercial	Ambos	No conozco la diferencia
Restaurantes	0.75%	1.5%	2.88%	0.38%
Fincas/productores	9%	3%	9.5%	0.5%
Supermercados	3%	11.63%	13.5%	1.88%
En línea	2.63%	0.75%	2.75%	0.5%
Cafeterías	4.63%	3.88%	8.5%	1.63%
Distribuidores de cooperativas	6.88%	2.25%	7.13%	1%
Total	26.88%	23%	44.25%	5.88%

Tabla 4. Porcentaje de relación de tipos de café y canales de adquisición

Fuente: Elaboración propia con base a datos de preferencia de tipos de café de consumidores encuestados

Consumo y la importancia de los atributos en distintos tipos de café

Debido al constante cambio del mercado los consumidores cada vez están más informados, lo que contribuye a que se desarrollen tendencias de consumo según atributos, dando resultado que un producto *commodity* o genérico adquiera valor agregado, esto se observa en el aumento del 5 al 10% en las ventas en los cafés diferenciados y especiales. Los estados productores tienen el 36.63% de preferencia en consumo por ambos tipos de cafés (especiales y comercial), el cual destaca el 31.35% de la población en consumir solo cafés de especialidad, en lo anterior hace referencia a lo que menciona Carlos Brando citado por Escamilla y Landeros (2016) que en los estados productores el consumo es superior al 30% en este tipo de café. En los resultados de la encuesta se observa que los consumidores de los estados cafetaleros tienen una preferencia del 39% en consumir ambos tipos de café (especiales y comerciales), el 27% manifiesta su preferencia solo al café de especialidad, un 28% al comercial y el 6% dice no conocer la diferencia entre estos dos tipos de cafés.

De acuerdo con el número de encuestados y preferencia de tipos de café por estado cafetalero, se tiene agrupados a los estados de: Veracruz, San Luis Potosí, Oaxaca, Querétaro, Colima, Michoacán, Hidalgo y Nayarit que tienen una mayor preferencia en los especiales; por su parte consumir ambos: Chiapas, Estado de México, Jalisco, Morelos, Tabasco y Guerrero; y café comercial: Puebla, Guerrero y Tamaulipas (Tabla 5).

Nacional	Encuestados	Café de especialidad	Café comercial	Ambos	No conozco la diferencia
Chiapas	124	30	39	51	4
México	57	10	16	26	5
Veracruz	39	20	8	11	0
San Luis Potosí	16	7	4	3	2
Puebla	13	4	5	3	1
Oaxaca	9	5	1	0	3
Querétaro	9	5	2	2	0
Jalisco	8	3	0	5	0
Colima	6	4	1	1	0
Morelos	5	0	1	4	0
Michoacán	5	3	2	0	0
Hidalgo	4	2	1	1	0
Tabasco	4	1	0	3	0
Guerrero	2	0	1	1	0
Nayarit	1	1	0	0	0
Tamaulipas	1	0	1	0	0
	303	95	82	111	15

Tabla 5. Respuesta de los encuestados de los tipos de café por estado cafetalero

Fuente: Elaboración propia con base en datos de preferencia de tipos de café de los estados cafetaleros encuestados

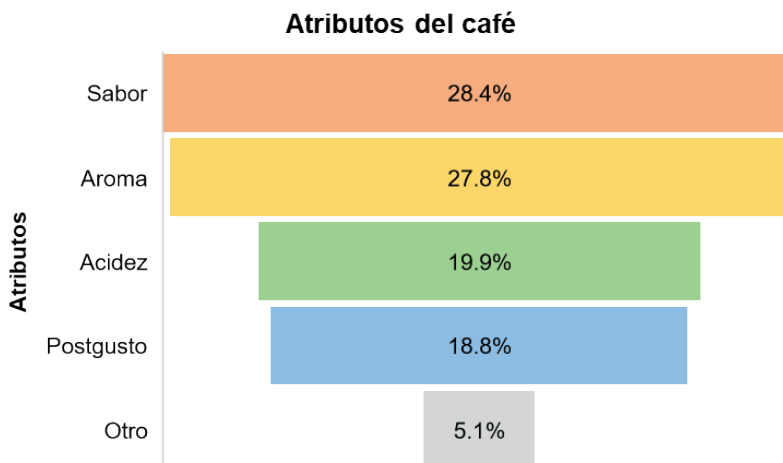
Preferencia de origen en el café

El 43% de los encuestados no tiene preferencia en cuanto al origen del café que consumen, a diferencia del resto quienes mencionan que tiene una preferencia; entre las respuestas se encuentran once estados productores de café destacando Chiapas con el 33% de preferencia de origen por consumidores residentes del propio estado, continuando con el 28% de Veracruz y el 16% de Oaxaca, mientras que en el orden internacional se mencionan trece países siendo el país de Colombia con mayor frecuencia por el país de Argentina, México, España y Ecuador (Tabla 6). Datos de Euromonitor International (2017) en la encuesta realizada a consumidores ubicados en los estados productores menciona hay unanimidad en cuanto a la preferencia nacional y en torno al 60% de ellos demuestra interés particular por los cafés producidos en su estado residente u de origen, siendo Chipas y Veracruz las procedencias más reconocidas seguido de Oaxaca. En lo que respecta a la preferencia a nivel internacional se caracteriza por las cualidades únicas y sitios de donde provienen los cafés.

Estado productor	Total	Del propio estado productor	País productor	Total	Del propio país productor
Chiapas	116	38	Colombia	46	2
Veracruz	74	8	Guatemala	7	3
Oaxaca	41	3	Costa Rica	7	-
México	10	3	África	6	-
Puebla	9	1	Brasil	4	-
Guerrero	4	-	Ecuador	2	-
Michoacán	3	1	Indonesia	2	-
Colima	3	1	Vietnam	2	-
Nayarit	2	1	República Dominicana	1	-
San Luis Potosí	1	1	Perú	1	-
Hidalgo	1	1	Nicaragua	1	-
			Bolivia	1	-
			El Salvador	1	-

Tabla 6. Preferencia de origen en los cafés a nivel nacional e internacional

Fuente: Elaboración propia con base a respuesta de consumidores que tienen preferencia del origen del café

La mayor parte de los consumidores se van a la tendencia de cafés basado en los atributos, logrando que el sabor y el aroma sean los principales seguido de la acidez y el postgusto. El 5% de los encuestados considera que hay otro atributo más importante que los anteriores al momento de realizar su compra (Gráfica 6), por lo que permite una nueva oportunidad de competir en la cadena de valor del café por este tipo de tendencias que tienen en preferencia por el tipo de tueste y origen. De acuerdo con datos de Euromonitor International (2017), la calidad, sabor, aroma y tueste particularmente el tueste medio son los factores importantes que guían a los consumidores a adquirir el café, al encuestar a cafeterías mencionan ser la altura del café el principal factor y esta sea encima de los 1200 ms. n. m., seguido de los atributos. Por lo cual, el 56% de los encuestados considera estar muy de acuerdo en los atributos al adquirir y consumir café y solo el 2% no considera a los atributos.

Gráfica 6. Porcentaje de importancia de los atributos (adquisición y consumo de café)

Fuente: Elaboración propia con base a datos de preferencia de atributos de consumidores encuestados

El 84% señaló no conocer la puntuación de la Asociación de Cafés Especiales (SCA), mientras un 16% si conoce al SCA, por lo cual, este segmento de la población encuestada se le clasificó las puntuaciones mencionadas en las encuesta según el café que consumen en la pirámide de calidad propuesta por Sosa (2007), el 9% de los encuestados consumen cafés especiales, 1.6% de alta calidad, 2% de buena calidad, 0.8% únicos, 0.2% comerciales y el 2.4% no conoce la puntuación del café que consume actualmente (Tabla 7).

Puntuación SCA		Cantidad
Comerciales	< 80	1
Buena calidad	80 - 82.75	10
Alta calidad	83 - 84.75	8
Especiales	85 - 89.75	45
Únicos	> 90	4
No conoce la puntuación del café que consume		12

Tabla 7. Respuesta de puntuaciones del SCA de la población encuestada que conoce el sistema de clasificación

Fuente: Elaboración propia con base en datos de encuestados que conocen la escala SCA

4 I CONCLUSIONES

La mayor participación obtenida en la encuesta fue por parte de las mujeres con la diferencia del 3.9% más en contraste con la población masculina, quienes obtienen 16.7% del café mediante la compra en supermercados. Los estados productores de café tienen como principales canales de adquisición fincas o productores de café con el 28.5% y, el

20% mediante los distribuidores de cooperativas para ser consumidos en el sector retail teniendo como preferencia el origen su propio estado como lo es Chiapas. El mercado electrónico tiene una relevancia del 2.63% en el sector de los cafés especiales esto puede ser debido a la facilidad que tienen los clientes a elegir de acuerdo con la trazabilidad e información del perfil sensorial del producto. La tendencia al consumo de café molido y en grano presenta un fuerte dominio en los estados caficultores mostrando incremento en el sector de servicios alimenticios e institucionales.

Las tendencias del consumo hacia los cafés de especialidad son del 27% y son una oportunidad ante el crecimiento que están teniendo, en México el consumo y búsqueda de estos cafés representan una parte de la población importante, por ello es necesario el aumento de la producción de estos cafés para poder cubrir la tendencia del mercado tanto local como nacional e internacional. Esto contribuirá para tener mejores precios para la caficultura nacional, permitiendo acceder y representar nuevos mercados a nivel nacional e internacional. A pesar de que estos tipos de mercados siguen creciendo, aún siguen siendo comparativamente pequeños ante los comerciales; lo que representa un 16% de la población quien consume y conoce los cafés de especialidad, y el restante de consumidores aún desconocen el concepto, sin embargo, logran relacionar al sabor y aroma como uno de los principales atributos de calidad en el momento de la compra.

REFERENCIAS

BROWN, N. **2017 US Coffee Drinking Trends Include More Gourmet, More Youth. Daily Coffee News by Roast Magazine.** 27 marzo de 2017. Disponible en: <https://dailycoffeenews.com/2017/03/27/2017-us-coffee-drinking-trends-include-more-gourmet-more-youth/>. Acesso em: 20 abr. 2023

CEDRSSA. **Comercio internacional del café, el caso de México.** Disponible en: <http://www.cedrssa.gob.mx/post_n-comercio_internacional_del_cafn-n-__el_caso_de_mn-xico.htm>. Acesso em: 20 abr. 2023.

EL FINANCIERO. **Las mujeres son amantes del café.** 2018. Disponible en: https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/las-mujeres-son-las-amantes-del-cafe/

ESCAMILLA, P. E.; LANDEROS, S. C. **Cafés diferenciados y de especialidad.** Primera ed. Xalapa, Veracruz: Centro Nacional de Investigación, Innovación y Desarrollo Tecnológico del café, 2016.

EUROMONITOR INTERNATIONAL. **Análisis del mercado de consumo de café en México 2016.** 2017. Disponible en: https://amecafe.org.mx/wpcontent/uploads/2017/08/Euromonitor_Informe_Análisis-de-consumo-2016-AMECAFE-Final.pdf

FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA. **Informe del Gerente General.** 2018. Disponible en: www.federaciondecafeteros.org

FIGUEROA, H. E.; PÉREZ, S. F.; GODÍNEZ, M. L. **La producción y el consumo del café.** 2014.

GIOVANNUCCI, D. **Visión Estratégica para la Exportación de Café Dominicano**. 2009. Disponible en: <https://www.yumpu.com/es/document/read/33947271/vision-estrategica-para-la-exportacion-de-cafe-dominicano>. Acesso em: 19 abr. 2023.

HERNÁNDEZ, A. E. **La demanda nacional del café. Prospección de los mercados de Chiapas, Oaxaca y Guerrero, a través de la aplicación del método QFD. Valle de Santiago, Guanajuato**: Centro de Investigación y Asistencia en Tecnología y Diseño del Estado de Jalisco A. C., 2017.

HERNÁNDEZ A. J. N.; GÓMEZ, M. I. **Posicionamiento de pequeños productores colombianos en mercados globales: el caso de las cadenas de valor de cafés especiales** No Title. In C. G. Cano Sanz, M. T. Ramírez Giraldo, A. M. Tribín Uribe, & A. M. Iregui Bohórquez (Eds.), El desarrollo equitativo, competitivo y sostenible del sector agropecuario en Colombia (Bogotá: Ba, pp. 397–436). Bogotá, Colombia. 2016.

INTERNATIONAL COFFEE ORGANIZATION. **Tendencias en el consumo de café Importadores, determinados países**. London, UK. 2012.

KAYE, B.; JOHNSON, T. **Research methodology: Taming the cyber frontier - Techniques for improving online surveys.** Social Science Computer Review, v. 17, p. 323–337, 1 set. 1999.

LINGLE, T. R.; MENON, S. N. **Cupping and Grading—Discovering Character and Quality**. In B. Folmer (Ed.), The Craft and Science of Coffee (1st ed., pp. 181–203). 2017.

NATIONAL COFFEE ASSOCIATION. **Infographic: The Millennial Coffee Market Is Lit.** 2017. Disponible en: https://nationalcoffee.blog/2017/05/16/

ROMERO, V. **Cómo el comercio electrónico ayudó a impulsar las ventas de café tostado en México.** 2021. Disponibile en: <https://perfectdailygrind.com/es/2021/05/07/como-el-comercio-electronico-ayudo-a-impulsar-las-ventas-de-cafe-tostado-en-mexico/>

SAATY, T. L. **Toma de Decisiones para Lideres: El Proceso Analitico Jerarquico la Toma de Decisiones en un Mundo Complejo.** [s.l.] R W S Publications, 1997.

SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. **Plan rector del sistema producto café en México.** 2018. Disponible en: https://www.academia.edu/26545103/PLAN_RECTOR_DEL_SISTEMA_P

SECRETARÍA DE AGRICULTURA Y DESARROLLO RURAL. **Café, la bebida que despierta a México.** 2020. Disponible en: <http://www.gob.mx/agricultura/articulos/cafe-la-bebida-que-despierta-a-mexico?idiom=es>.

SIACON. **SIACON.** 2022. Disponible en: <http://www.gob.mx/siap/documentos/siacon-ng-161430>

STATISTA, E. **La industria cafetera en América Latina.** 2022. Disponible en: <https://es.statista.com/temas/9115/la-industria-cafetera-en-america-latina/>

STATISTA. **Principales productores de café del mundo en 2022.** 2023. Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/600243/ranking-de-los-principales-productores-de-cafe-a-nivel-mundial/>

TERNINKO, J. **QFD paso a paso: Diseño de productos orientado al cliente.** segunda edición. [s.l: s.n.].

TORRES, P. I. M.; PAZ, I. K.; SALAZAR, I. F. G. **Tamaño de una muestra para una investigación de mercado.** n. 02, [s.d.].

USDA. **Producción Mundial de café alcanzaría los 175.4 millones de sacos en la campaña 2020/2021.** 2021. Disponible en: <https://agraria.pe/noticias/usda-produccion-mundial-de-cafe-alcanzaria-los-175-4-millone-23516>

CAPÍTULO 5

LOS CAMBIOS DE POLÍTICA MONETARIA EN AMÉRICA LATINA POS PANDEMIA (2022), LOS CASOS DE LOS BANCOS CENTRALES (BRASIL, CHILE Y MÉXICO)

Data de aceite: 02/10/2023

Quintero Estrada Oscar Edmundo
Institución/organización: “Universidad Nacional Autónoma de México”
ORCID ID: 0000-0001-5120-4298

Hernández Dorado Luis Enrique
Institución/organización: “Universidad Nacional Autónoma de México”

Documento para su presentación en el XI Congreso Internacional en Gobierno, Administración y Políticas Públicas GIGAPP. Madrid, España, del 21 al 23 de septiembre de 2022.

RESUMEN: En América Latina, los Bancos Centrales de Brasil, Chile y México han adoptado medidas en su Política Monetaria para hacer frente a los altos niveles de inflación que afectan no solo a estas economías sino también al mundo en general. Estos países tienen como objetivo lograr la estabilidad de los precios, para lo cual han otorgado autonomía a sus Bancos Centrales desde la década de los 90, conocida como el periodo de la gran moderación. Si bien los países desarrollados han adoptado cambios en sus políticas monetarias después de la crisis del 2008, los países de América Latina han mantenido las mismas medidas implementadas antes de esta crisis, esperando obtener resultados positivos en sus economías. Sin embargo, en la nueva reconfiguración económica, es importante distinguir los posibles efectos que podrían surgir por las constantes altas tasas de interés que establecen los Bancos Centrales de América Latina. Es necesario analizar si estas medidas permitirán recuperar el control sobre los altos niveles inflacionarios o si se requerirá una mayor intervención por parte de la política fiscal para lograr reducir los niveles inflacionarios. En este sentido, resulta crucial evaluar los efectos de la flexibilización cuantitativa que se ha adoptado en los países desarrollados y si puede ser una alternativa para los países de América Latina.

PALABRAS CLAVE: “Política Monetaria, Bancos Centrales, Inflación, Flexibilización Cuantitativa y Política Fiscal”

1 I OBJETIVOS DE METAS DE INFLACIÓN E INDEPENDENCIA DE LOS BANCOS CENTRALES EN AMÉRICA LATINA, CASO BRASI, CHILE Y MÉXICO.

El presente trabajo analizará los fundamentos que se establecieron en los Bancos Centrales de Brasil, Chile y México a adoptar los objetivos de inflación como medida para controlar los niveles inflacionarios. Esto se hizo en el periodo de la Política Monetaria Convencional (1995-2008), cuando se implementaron dichos controles inflacionarios.

En realidad, la necesidad de cambios en la política monetaria en América Latina se originó en la década de los años 80 del siglo XX, a raíz de diversos factores sociales, políticos, económicos y geográficos, que afectaron a la población de la región. Esto condujo a la implementación de medidas que permitieran reducir los niveles inflacionarios y establecer la estabilidad de precios en la región.

En este sentido, es importante destacar el papel que jugaron los Bancos Centrales en la adopción de políticas monetarias que permitieran lograr estos objetivos. La adopción de objetivos de inflación como medida de control fue un elemento clave en la estrategia de los Bancos Centrales de Brasil, Chile y México para lograr la estabilidad económica en la región.

Para la década de los años ochenta del siglo XX, con los cambios anteriormente comentados, generó que se concluyera las dictaduras militares (caso Brasil y Chile) y que se comenzará a hablar de democracia; por su parte en Estados Unidos de América, en sus temas de política económica, a partir de la propuesta llevada por Ronal Reagan, fortaleció un auge sobre la escuela monetarista, que principalmente fue la fuente del liberalismo económico y cayendo en una reducción de la participación del estado.

Durante el periodo conocido como la política monetaria convencional, se establecieron diversos cambios, tal como lo señala Mántey (2012), quien destaca las siguientes características distintivas de dicho periodo:

> "Tras la ruptura de los convenios de Bretoon Woods, muchos bancos centrales centraron su objetivo en estabilizar los precios, a fin de preservar la confianza en sus monedas, mientras que otros objetivos macroeconómicos, como el nivel de empleo y el crecimineto del ingreso pasaron a segundo término o desaparecieron de su agenda. El módelo teórico de la nueva síntesis neoclásica, surgido al inicio del presente siglo (XXI), justificó tal omisión, luego de argumentar que bajo ciertos supuestos, la estabilidad de precios implicaba eficiencia en el uso de los recursos productivos". (Mántey, 2012)

En vista de las altas tasas de inflación que afectaron a las economías de estudio, según los datos históricos disponibles en el sitio web inflation.eu (https://www.inflation.eu), se observa que los niveles inflacionarios alcanzaron tres dígitos en algunos casos. En México, por ejemplo, la inflación llegó a alcanzar el 160% a finales de los años ochenta del siglo pasado, mientras que en Brasil se registró una inflación cercana al 2000% en 1994. En el caso de Chile, que fue uno de los primeros países en América Latina en implementar el modelo convencional monetario, la inflación llegó a un máximo del 340% a mediados de

los años setenta del siglo pasado.

Es importante tener en cuenta que la inflación se refiere al incremento sostenido y generalizado de los precios de bienes y servicios, lo que en términos más simples significa que el dinero pierde su valor adquisitivo y podemos adquirir menos con la misma cantidad de dinero. Esto tiene un impacto directo en el poder adquisitivo de los ciudadanos y puede afectar significativamente sus finanzas personales.

Las causas de la inflación son diversas, aunque destacan el crecimiento del dinero en circulación, que favorece una mayor demanda, o el aumento de los costos de los factores de producción (materias primas, energía, salarios, etc.). Además, la inflación puede provocar cuatro efectos en la economía: inflación por consumo (cuando la demanda crece más rápido que la oferta), inflación por costes (cuando las empresas aumentan los precios para mantener sus beneficios), inflación autoconstruida (cuando los productores incrementan los precios en anticipación a futuras subidas) y aumento de la base monetaria (cuando la cantidad de dinero en una economía aumenta más rápido que la oferta, provocando un aumento de precios).

Es importante mencionar que si los precios bajan de manera continua, se puede caer en una deflación. Según Mántey (2011), estos conceptos son fundamentales para entender los efectos de la inflación en la economía de los países de estudio, donde se ha observado históricamente niveles inflacionarios de tres dígitos, lo que ha tenido un impacto negativo en el poder adquisitivo de los ciudadanos.

La inflación es un fenómeno complejo que requiere de una buena gestión por parte de los bancos centrales, ya que una tasa de inflación alta puede tener efectos negativos en la economía. Por ejemplo, puede provocar una pérdida del poder adquisitivo de los ciudadanos, aumentar la incertidumbre en los mercados y dificultar la planificación económica a largo plazo.

Por otro lado, los bancos centrales también deben tener en cuenta que la inflación no puede ser reducida de manera abrupta, ya que esto puede generar efectos negativos en la economía. En este sentido, es importante que la política monetaria sea gradual y esté basada en un equilibrio entre la oferta y la demanda de bienes y servicios.

Los bancos centrales utilizan diversas herramientas para controlar la inflación, como el ajuste de la tasa de interés y el control de la cantidad de dinero en circulación. Sin embargo, estas medidas pueden tener efectos negativos en el corto plazo, como una reducción de la inversión y el consumo.

Por lo tanto, es importante que los bancos centrales establezcan objetivos claros y realistas para el control de la inflación, como lo han hecho los Bancos de estudio mencionados, y que la política monetaria se ajuste de manera gradual para lograr dichos objetivos. De esta manera, se puede lograr una estabilidad monetaria que beneficie a la economía en su conjunto.

2 | INTRUMENTACIÓN DE LA POLÍTICA MONETARIA EN BRASIL, CHILE Y MÉXICO (1990-2023)

Desde la implementación de la Política Monetaria Convencional, se buscó controlar los niveles exponenciales de inflación que afectaron a las economías de Brasil, Chile y México. Para lograrlo, se utilizó como herramienta principal la tasa de interés, cuyo incremento desincentiva el consumo y fomenta el ahorro. Dicha medida se llevo a cabo a finales de la década de los 80 y principios de los años 90 del siglo XX, la cual fue muy similares en los tres países de estudio.

Aunado a lo anterior, se otorgó autonomía a los Bancos Centrales, lo que les permitió tomar decisiones sin la interferencia del gobierno. En Chile, se llevó a cabo esta autonomía en 1989, mientras que Banxico lo hizo en 1995. En el caso de Brasil, aunque su autonomía no fue completa hasta el año 2021, el Banco Central seguía las recomendaciones establecidas para el control de la inflación.

En términos generales, la política económica estaba orientada hacia la estabilización, incluyendo la contención de la inflación, pero fue a partir de la crisis de 1994-1995 que la política monetaria se convirtió en el foco principal en la búsqueda de la estabilidad de precios. Debido a los compromisos de rescate, los créditos otorgados por el Fondo Monetario Internacional (FMI) y las políticas acordadas por las autoridades monetarias de Estados Unidos, se decidió aplicar una nueva estrategia en la instrumentación de la política monetaria. Sin embargo, la política antiinflacionaria no se centró únicamente en el control del crédito o de la oferta monetaria, o de manera indirecta por medio del control sobre la tasa de interés, sino también en el control cambiario. A partir de las recomendaciones del FMI, se estableció un régimen de tipos de cambio flexibles, determinados por la oferta y la demanda, lo que implicó políticas liberalizadoras de los flujos de capital y una dependencia en los intereses de los grandes grupos financieros y corporativos nacionales e internacionales. Esto generó una pérdida de autonomía tanto económica como en la conducción de la política económica, en este caso, de la política monetaria y cambiaria, debido a la dependencia de los flujos externos de capital y las medidas liberalizadoras adoptadas.

3 | LA POLÍTICA MONETARIA IMPLEMENTADA POR LOS BANCOS CENTRALES DESPUÉS DE LA CRISIS INMOBILIARIA DE LOS ESTADOS UNIDOS EN 2009.

Durante la crisis económica que se desarrolló en Estados Unidos entre 2007 y 2010, México experimentó sus efectos en el año 2009, lo que influyó en la conducción de su política monetaria. Además, varios países han adoptado el régimen de metas de inflación, y en el caso de México, el Banco de México sustituyó la política de cortos por la de metas de inflación el 21 de enero de 2008. Se utiliza la tasa de interés interbancaria a un día como

elemento clave de la política antiinflacionaria.

En las últimas décadas, cada vez más bancos centrales han optado por un esquema de metas de inflación para la conducción de su política monetaria. Entre las ventajas de este régimen, se destaca que evita el uso del tipo de cambio como ancla nominal de la economía, lo que en el pasado ha llevado a crisis cambiarias y financieras. Asimismo, se destaca que gracias a su transparencia, resulta un medio eficaz para influir en las expectativas del público y aumentar la credibilidad en el banco central.

Según (Mantey, 2011) tenemos que:

> "El régimen de metas de inflación tiene dos componentes esenciales 1) un marco teórico para las decisiones de política monetaria 2) una estrategia de comunicación con el público, explicando las decisiones de política en base a ese marco teórico.
>
> El modelo para economías abiertas, en su forma más simple, consta de cuatro ecuaciones fundamentales. La primera, similar a una curva IS, define la brecha entre el producto actual y el potencial (y), como una función de la tasa de interés y el tipo de cambio:
>
> $$\boldsymbol{Y = f(i, e)}$$
>
> La segunda en una curva de Phillips, que describe el comportamiento de la inflación como una función de la brecha de producto:
>
> $$\boldsymbol{P = f(Y)}$$
>
> La tercera es una regla de Taylor, que explica la tasa de interés del banco central (i) en función de la brecha de producto (Y) y del diferencial entre la inflación previsible y la meta de inflación (P - P*)
>
> $$\boldsymbol{i = f(Y; P - P*)}$$
>
> La cuarta ecuación se basa en la hipótesis de paridad descubierta de tasa de interés, y explica el tipo de cambio como función del diferencial entre la masa de interés interna y la tasa de interés externa.
>
> $$\boldsymbol{e = f(i - iext)}$$
>
> De acuerdo con este marco teórico, que presupone mercados competitivos y eficientes, la tasa de interés es la variable de política que permite estabilizar el producto y abatir la inflación. Una inflación baja y estable indica que la economía opera un nivel cercano al pleno empleo y, por tanto, es sinónimo de eficiencia económica (Mantey, 2011)

Con base en la teoría anterior, se puede observar que en México esta teoría se ha

puesto en práctica desde el año 2001 hasta la actualidad, donde BANXICO busca controlar la inflación y el tipo de cambio. (Banco de México, 2018).

El régimen de metas de inflación, en el que se basa el modelo teórico, no considera dos características importantes del marco institucional de las economías emergentes, que influyen en su proceso inflacionario y en la manera en que sus bancos centrales abordan el control monetario. En primer lugar, está la estructura oligopólica del mercado interno, que está asociada a su tardía industrialización y su dependencia tecnológica y financiera de los países industrializados. Esta dependencia resulta en un conflicto en la distribución del producto y se manifiesta en un elevado traspaso del tipo de cambio a la inflación.

Es así, que por Mantey tenemos:

- Una devaluación generar inflación no sólo por Su impacto en el costo de los insumos importados, sino también porque 1) permite a los productos internos aumentar su margen de ganancia, ante los beneficios de una menor competencia de los productos importados 2) desencadenó una pugna por la, distribución del producto entre los factores de la producción 3) suele inducir a los bancos centrales a elevar la tasa de interés (no a reducirla, como se esperaría con base en la teoría de paridad de interés), con el propósito de contener los efectos inflacionarios de la depreciación monetaria.

Respecto a esta teoría a partir de lo anterior se esperaba que no existiera una devaluación peor, en la actualidad la devaluación se ha incrementado debido a que hay niveles de inflación altos.

5) Una devaluación monetaria significa pérdida de riqueza nacional y aumento de la riqueza extranjera; y este efecto es aún mayor, cuando el banco central eleva la tasa de interés para contener la inflación, y deprimiendo el valor de mercado de las empresas en la moneda local. (Mantey, 2011).

La tasa de interés es una herramienta importante para el control monetario y la política económica en general. En términos generales, se utiliza para establecer el costo del dinero y determinar la rentabilidad de los préstamos y las cuentas de ahorro. En el contexto de la implementación de objetivos de inflación en los años noventa, es fundamental analizar la evolución tanto de la tasa de interés como de la tasa de inflación en los países de estudio. De esta manera, es posible determinar si estos cambios han contribuido a un mejor desarrollo económico, lo cual se puede medir mediante la tasa de crecimiento del PIB en los países en cuestión. En resumen, la tasa de interés y la inflación son variables clave en la economía y su evolución es importante para el análisis y la toma de decisiones en política monetaria.

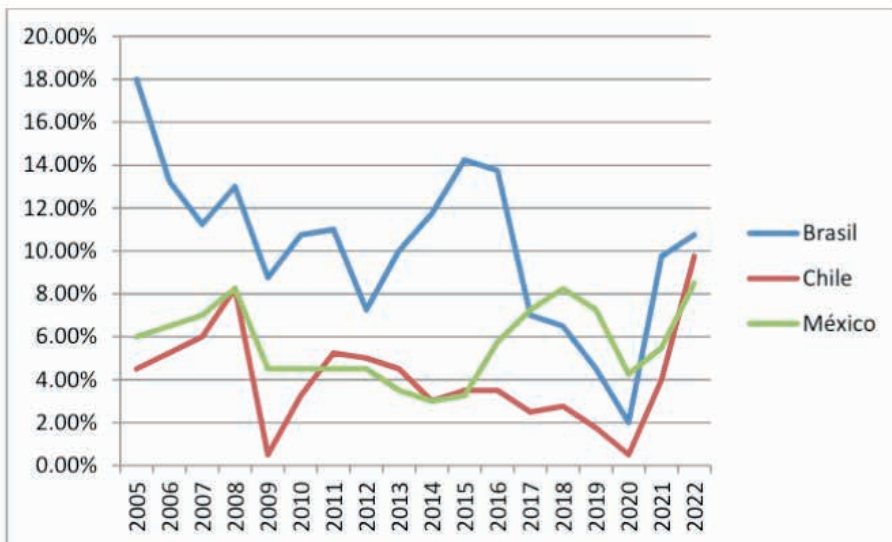



Gráfico 3.1 Tasa de interés de los Bancos Centrales de Brasil, Chile y México (2005-2022)

Fuente: Elaboración propia con datos de los Bancos Centrales de Brasil, Chile y México.

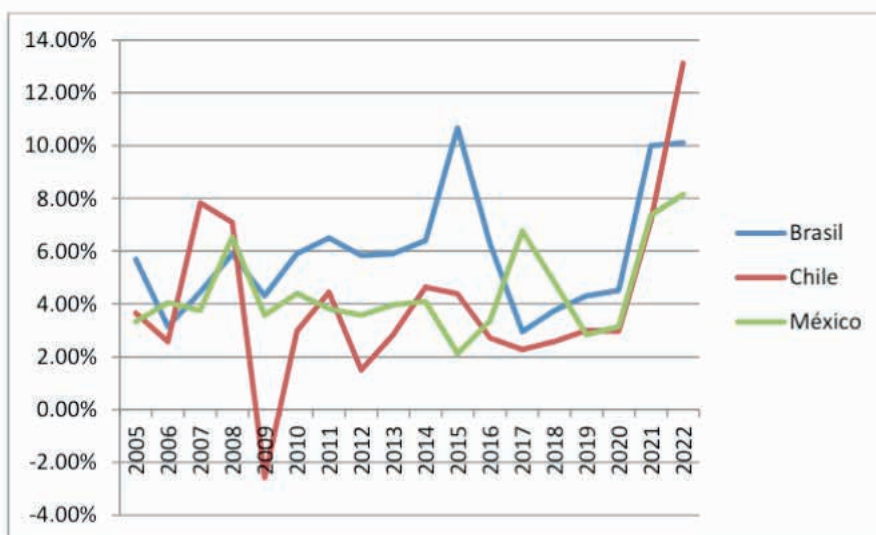
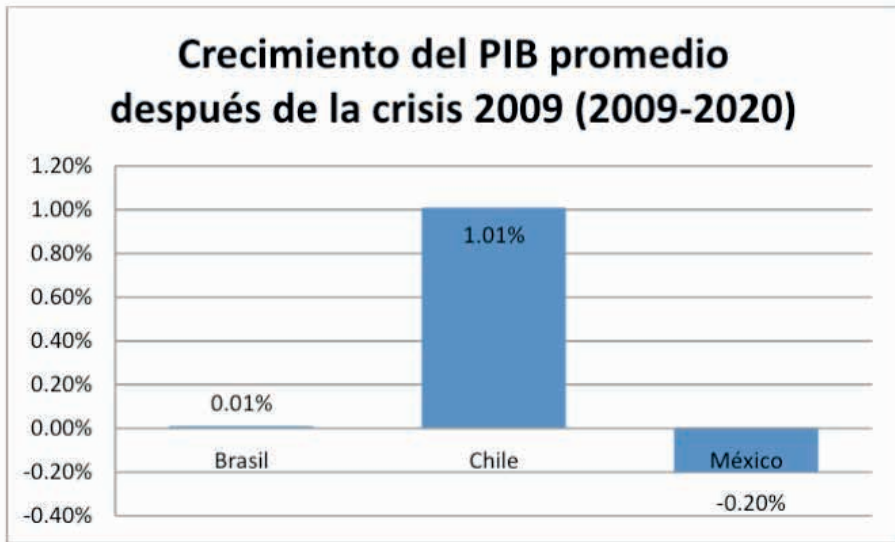



Gráfico 3.2 Tasa de inflación de Brasil, Chile y México (2005-2022)

Fuente: Elaboración propia con datos de www.inflation.eu

Gráfico 3.3 Tasa de Producto Interno Bruto de los Países de Estudio (2005-2020)

Fuente: Elaboración propia con datos del banco mundial

La gráfica 3.1 muestra los cambios que los Bancos Centrales de estudio han implementado después de la crisis del 2009, en comparación con la Reserva Federal de los Estados Unidos que redujo la tasa de interés alrededor del 0%. Sin embargo, los países de estudio no llegaron a niveles cercanos al 0%, excepto por Chile, que se acercó al nivel de flexibilidad cuantitativa por un corto periodo. La gráfica 3.2 muestra la tasa de inflación que los Bancos Centrales de estudio lograron obtener, y se observa que pocos periodos estuvieron dentro del nivel esperado del 3%. Brasil ha tenido dificultades para lograr el objetivo inflacionario, pero ha mejorado en comparación con la inflación exponencial de los años 80 del siglo XX. Chile y Banxico han logrado estar cerca del objetivo de inflación, pero esto no se ha reflejado positivamente en el PIB de los países de estudio, como se muestra en la gráfica 3.3. A pesar de los cambios generados por los Bancos Centrales de estudio desde mediados de los años 90, la situación después de la crisis del 2009 no ha sido beneficioso y el incremento del PIB se ha visto mermado.

Grafica 3.4 Crecimiento del PIB promedio después de la crisis 2009 (2009-2020)

Fuente: Elaboración propia con datos del Banco Mundial

En la última gráfica presentada, se puede observar el crecimiento promedio de los países de estudio después de la crisis del 2009. Para Brasil, el crecimiento ha sido tan solo del 0.01%, lo que indica que no ha habido un crecimiento significativo en este país. En el caso de México, a diferencia de Brasil, se muestra un decrecimiento del PIB en un -0.20%, pese a tener un mejor control en su tasa de inflación en comparación con Brasil, lo que indica que el control de la inflación no se ha visto reflejado en el PIB. Por último, Chile muestra un crecimiento del 1%, que aunque es positivo, es un crecimiento mediocre que no ha generado un bienestar social satisfactorio. Esto se evidencia con el cambio de poder hacia la izquierda, que espera revertir medidas implementadas en el pasado para mejorar el bienestar de la sociedad chilena

4 I CONCLUSIONES

La implementación de las medidas monetarias convencionales, no se han visto con resultados positivos dentro del PIB de los países de estudio, ya que estos presentaron nulo crecimiento en promedio (2009-2020) en los años después de la crisis del 2009, sin embargo esta si tuvieron un efecto positivo sobre la reducción inflacionaria. Además de que vivió un estado de pandemia que afectó a los Bancos Centrales de una forma muy sustancial, ya que se han empezado a observar incrementos en la tasa de inflación a niveles cercanos a los que no se veían hace 20 años, como lo que se observaban cuando fueron implementadas dichas medidas.

Debe de quedar claro que la crisis sanitaria aun no ha terminado, se empieza a visualizar los primeros sintomas, ya que las estadísticas muestran reducción significativa en los casos de contagio, pero aun hay personas que se siguen contagiadas. Por lo que, una medida que se puede plantear por la parte monetaria es aplicar una política monetaria expansiva, o una politica monetaria que no tenga constantes incrementos en la tasa de interés, ya que no es una buena solución a dicho problema.

Se necesita profunzar y tratar de comprender si es que Chile ha sido el país que aunque ha tenido un incremento promedio del PIB del 1%, esto ha sido positivo para el país, porque quiza esto provoque un severo problema de desigualdad e inequidad que se haya incrementado, como es que se han planteado diversas hipostesis que han aumentado en los últimos años y por lo que se ha provocado que haya un gran descontento de la sociedad por la falta de oportunidades.

En este nuevo replanteo de la Política Monetaria se debe de observar detenidamente que los intrumentos utilizados con anterioridad han perdido vigencia o se han vuelto obsoletos, ya que el problema de la inflación hoy en día esta más latente, por lo que es importante que se planteen nuevos paradigmas monetarios en los que se genere una nueva teoría donde se fortalezca con la idea que la política monetaria por sí sola no tiene un gran efecto, es necesario que esta este acompañada por ejemplo por una politica fiscal que permita quiza un mejor desarrollo dentro del los países como se pudo observar en la década de los años 50 del siglo XX; ya que fue una época donde el PIB creció a niveles que hoy en día no se han alcanzo y tal como lo decía Keynes el Estado es parte importante para un mejor crecimiento económico. Los Bancos Centrales logran cumplir el objetivo de reducir la tasa de inflación, no obstante no fue significativo económicamente para la mayoría de la población de estos países.

Se necesita una nueva teoría monetaria que aborde la problemática actual de la inflación y que tenga en cuenta la importancia de políticas fiscales complementarias para lograr un desarrollo económico sostenible y equitativo.

La política monetaria no ha jugado un papel crucial para las economías de los países de investigación, dichas políticas solo han sido para favorecer la estabilización de los mercados financieros, donde al comenzar el incremento generalizado de tasas de interés, solo ha provocado que los mercados financieros se establezcas, sin embargo, esto no ha ayudado a que pregne de forma efectiva en la sociedad, sino que solo a beneficiado a los grandes capitales.

REFERENCIAS

Díaz Bustos, Y. O., & Padilla Zazueta, H. (2018). *El ciclo Económico: Reflexiones de Política Económica en México.* Estado de México: Laboratorio de análisis Económico y Social.

Levy, N., & Mántey, M. (2007). *Políticas Macroeconómicas para países en desarrollo.* Ciudad de México: Miguel Angel Porrua.

Magendzo, I. (1997). La política monetaria en Chile en los años noventa. *Series de Estudios Económicos Número 41, Banco Central de Chile*.

Mantey, G. (2011). La política de tasa de interés interbancaria y la inflación en México. *Investigación Económica*, 37-68.

Mántey, G. (2012). *La política de la banca central en la teoría y en la prática .* México, D.F.: Sede Subregional de la CEPAL en México.

Fuente de sitios Web

Banco Central de Brasil (2022)

https://www.bcb.gov.br/en/monetarypolicy/transmission_channels.

Banco de México (2018), Régimen de Objetivos de Inflación y el papel de los

pronósticos, Extracto del Informe Trimestral Octubre – Diciembre 2017, Recuadro

6, pp. 68-69, Febrero 2018

Banco de México (2022)

Tasa de interés

https://www.banxico.org.mx/SieInternet/consultarDirectorioInternetAction.do?sector

=18&accion=consultarCuadroAnalitico&idCuadro=CA51&locale=es

Tasa de inflación

https://www.banxico.org.mx/tipcamb/main.do?page=inf&idioma=sp

Banco Mundial (2022)

PIB de México

https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG?locations=MX

INEGI (2022)

PIB de México 2022

https://www.inegi.org.mx/temas/pib/

CAPÍTULO 6

PROPUESTAS LEGALES Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA EN EL ORDENAMIENTO DEL TRANSPORTE URBANO DE MOTOTAXIS

Data de aceite: 02/10/2023

Juan Mauricio Pilco Churata
https://orcid.org/0000-0002-1524-4628
Universidad Nacional de Juliaca-Perú

Abraham Melitón Contreras Vargas
https://orcid.org/0000-0003-4596-8173
Universidad Nacional de Juliaca-Perú

Juan Manuel Tito Humpiri
https://orcid.org/0000-0002-9965-2484
Universidad Nacional de Juliaca-Perú

Octavio Condori Mamani
https://orcid.org/0000-0001-6537-196X
Universidad Nacional de Juliaca-Perú

Benigno Callata Quispe
http://orcid.org/000-0002-6809-0650
Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez Juliaca-Perú

Cynthia Juliana Pilco Quispe
https://orcid.org/0009-0002-3155-0104
Universidad Católica de Santa María-Arequipa-Perú

Jhon Alexander Pilco Quispe
https://orcid.org/0009-0000-5170-6765
Universidad Católica de Santa María-Arequipa-Perú

Shiomara Yamilé Monzón Quispe
https://orcid.org/0009-0005-2756-728X
Universidad Católica de Santa María-Arequipa-Perú

RESUMEN: El estudio de investigación que se presenta, tiene el objeto central de; Determinar las propuestas normativas y participación ciudadana en el ordenamiento del transporte urbano de vehículos menores en la municipalidad provincial de San Román, con el propósito de plantear propuestas ante el gobierno edil en el ordenamiento del transporte con la participación de los ciudadanos. En cuanto a la metodología que se aplicó, es descriptivo, porque describe e interpreta sistemáticamente las características de las variables de estudio, según su propósito: es el tipo de investigación teórica, y según su estrategia es de tipo de investigación descriptivo. El diseño que se utilizó, es la investigación no experimental, de muestreo probabilístico, por ello se aplicó el diseño correlación lineal, con una muestra de estudio de 326 conductores. La técnica empleada es la encuesta. En cuanto a los instrumentos utilizados tenemos: el

cuestionario. Se concluyó que, la relación matemática: $r^2 100 = (0,86)^2 100 = 74\%$. Existe una influencia muy significativa en la propuesta normativa y participación ciudadana implementada por la municipalidad provincial de San Román, en el ordenamiento del transporte urbano de vehículos menores, cuya influencia estadísticamente es del orden del 74%. Es decir, la inoperancia de las propuestas normativas por los ciudadanos, genera un caos en el ordenamiento de tránsito de vehículos menores.
PALABRAS CLAVE: Políticas; funcionario; propuestas; ordenamiento; tránsito.

LEGAL PROPOSALS AND CITIZEN PARTICIPATION IN THE ORDERING OF URBAN MOTORCYCLE TAXI TRANSPORT

ABSTRACT: The research study that is presented has the central object of; Determine the regulatory proposals and citizen participation in the ordering of urban transport of minor vehicles in the provincial municipality of San Román, with the purpose of presenting proposals to the municipal government in the ordering of transport with the participation of citizens. As for the methodology that was applied, it is descriptive, because it systematically describes and interprets the characteristics of the study variables, according to its purpose: it is the type of theoretical research, and according to its strategy it is of the descriptive type of research. The design that was used is non-experimental research, probabilistic sampling, for this reason the linear correlation design was applied, with a study sample of 326 drivers. The technique used is the survey. As for the instruments used we have: the questionnaire. It was concluded that the mathematical relationship: r2100 = (0.86)2 100 = 74%. There is a very significant influence in the normative proposal and citizen participation implemented by the provincial municipality of San Román, in the ordering of urban transport of smaller vehicles, whose statistical influence is of the order of 74%. That is to say, the ineffectiveness of the normative proposals by the citizens, generates chaos in the ordering of traffic of minor vehicles.
KEYWORDS: Policies; official; proposals; ordering; transit.

INTRODUCCIÓN

En estos tiempos el problema de ordenamiento del transporte urbano de vehículos menores, es apreciado como incontrolables por los ciudadanos y gobernantes ediles en los países en vías de crecimiento económico. Es bajo esos criterios que, hace décadas en América Latina han experimentado una serie de cambios en las zonas urbanas, donde las pequeñas ciudades se convirtieron en urbes, lo que conlleva la saturación poblacional, que causa efectos nocivos en el incremento del nivel de la pobreza y la informalidad. Así entonces, las ciudades nacieron como resultado de los procesos de modernización, que incluyen tanto el incremento en los medios de producción y distribución de los bienes económicos transmitidas por las transformaciones políticas basadas en mentalidades cambiantes que sucedieron en las localidades, hasta convertirse en las grandes metrópolis (Burgos Ortiz, 2017).

Un aspecto trascendental en los transportistas de vehículos menores es que

deberían tener; colores diferenciados, códigos correlativos, numeración sucesiva, vías y rutas exclusivos, con el único objetivo de evitar la informalidad. Así como se suscitó en Colombia formulándose el pacto para pintar las motos con los colores de la bandera de la ciudad monteriana (blanco, azul y rojo), tiene que ver con los señalamientos de autoridades y comunidades sobre la vinculación de algunos mototaxistas con actividades de sicariato entre otras manifestaciones delictivas. La mayoría de crímenes y atracos efectuados en la ciudad son cometidos por delincuentes que se movilizan en moto, según estadísticas policiales (Benjamín Castillo, 2010).

Dentro de sus facultades, las municipalidades, ostentan el deber de recaudar tributos en trámites administrativos a los transportistas formales, pero si no regulan a los vehículos menores informales, es contradictorio y desleal por no aplicar el criterio de igualdad de condiciones frente a reglamentaciones e imposiciones de orden legal. Ante esta desigualdad, el mototaxismo es una amenaza constante para los distintos proyectos de ordenamiento en sistemas masivos del transporte, sin sanciones igualitarias las labores del mototaxismo serán considerados como una competencia informal y desleal para el transporte público legal, y en algunas ciudades esta actividad es aprovechada por ciertas personas del mal vivir, como una fachada para cometer hurtos o actos ilegales (Cerquera Losada et al., 2019).

Otros aspectos legales requieren mayor enfoque hacia los transportistas urbanos informales en vehículos menores para erradicar el congestionamiento vehicular, ahora frente al desinterés en ellos, se mostraron en la ciudad de Cartagena Colombia, donde para controlar el fenómeno del tráfico de vehículos menores, las autoridades de tránsito han impuesto una serie de normatividades como la de pico y placa, encargadas de imponer restricciones a la circulación en determinadas horas, días y lugares. Sin embargo, estas normatividades no han controlado eficazmente el fenómeno debido al alto porcentaje de mototaxistas que infringen estas regulaciones (Yánez Contreras & Acevedo González, 2014).

Examinando los avances del desorden en el servicio del transporte urbano, se puede decir que, si no proponen regular a los transportistas informales, tanto las autoridades y los ciudadanos, estaríamos frente a simples observadores. A pesar de ser una alternativa económica para muchas familias, este tipo de transporte informal se ha convertido en un serio problema para las autoridades nacionales, regionales y locales debido a la espera de pasajeros, ocupando espacios viales y peatonales, generando altos grados de accidentalidad y seguridad, pues en algunos casos propicia la delincuencia, sumado a la ilegalidad de tránsito vehicular por no contar con los documentos legales obligatorios como transportista de vehiculos menores (Barragán Sánchez et al., 2020).

Cuando tratamos el tema de ordenamiento del transporte urbano en la competencia de regulación normativa, no solo es tarea de la autoridad edil, también involucra esa labor a los ciudadanos en proponer rutas con vías de tránsito exclusivos para el transporte urbano

de vehículos menores en los lugares céntricos de las ciudades más congestionados para evitar sucesos fatales con pérdidas de vidas humanas. Uno de los factores de riesgos principales para la circulación, es su interacción con vehículos de alta velocidad y otros más pesados. Los carriles exclusivos para los mototaxistas deben usarse con fines de separar a otros vehículos del tráfico general, y consisten en una vía separada por barreras físicas o estructuradas, fuera de las vías principales que circulan los demás vehículos, Organización Mundial de la Salud (OMS, 2017).

Las regulaciones de ordenanzas municipales en ordenamiento de tránsito vehicular deberían ser tomados en cuenta por los vecinos como parte revisor o consultor en la elaboración de iniciativas legislativas para el consenso entre gobernante edil y vecinos. Entonces en ese entender se puede sintetizar que, la participación ciudadana es un proceso de interacción entre los ciudadanos y el Estado juntos, para fijar ideales en el espacio público donde ambas partes manifiestan sus intereses con el objetivo de influir en los asuntos públicos, en el que los ciudadanos buscan incidir en la toma de decisiones y los funcionarios públicos buscan identificar las preferencias de la ciudadanía, para así mejorar la calidad de la democracia y de las instituciones públicas (Montecinos & Contreras, 2019).

Los fracasos de la autoridad edil en la ciudad de Juliaca en la implementación y diseños en los proyectos de las ciclovías, proponiendo lugares inadecuados de las calles y jirones céntricas donde causó más congestión vehicular, erradamente han sido ejecutados sin ninguna consulta a los ciudadanos, desaprovechando un potencial clave para promover y fortalecer los aciertos en la ejecución de estas obras. Referente a los proyectos de movilidad activa, como las ciclorrutas, son propensas a la oposición de los grupos de interés, la participación en los proyectos otorga legitimidad y es probable que conduzca a una mayor aceptación del resultado final. Por otro lado, la calidad de los proyectos y las políticas también se puede mejorar mediante la participación, ya que los ciudadanos a menudo son más conscientes de las situaciones y necesidades locales que los planificadores e ingenieros (Moscoso et al., 2020).

Estos inadecuados diseños o descuidos de los mantenimientos de la vialidad vehicular, son causas que generan una congestión innecesaria en denominadas horas punta de mayor afluencia de los vehículos y usuarios que coinciden ir hacia distintas partes por razones de trabajos, estudios o negocios en las localidades de Juliaca y San Miguel. Por ello en muchas ciudades es frecuente encontrar casos de falta de demarcación de los carriles de circulación, inesperados cambios en el número de carriles, paraderos de buses situados justamente donde se reduce el ancho de la calzada u otras deficiencias que entorpecen la fluidez del tránsito. Asimismo, el mal estado del pavimento por deterioro, y en especial la presencia de baches, que poco a poco forman crecientes restricciones de capacidad y aumentan la congestión (Bull, 2013).

Recalcando las proposiciones normativas de ordenar las vías en las ciudades por los ciudadanos, también nacen a partir de la voluntad política de los gobernantes como un

mecanismo retador en enfoques normativos basados en unir a todas las personas desde el entorno de la sociedad civil, enfocados en sus puntos de vista de distintas formas de saberes, para su elaboración de las reglas del transporte urbano. Las responsabilidades en seguridad vial deben compartirse con el público, para tomar decisiones en concejo municipal o colegir ante otros funcionarios públicos que contribuyen en el diseño y operación de este sistema, conocidos comúnmente como los diseñadores del sistema, entre quienes abarca a los; legisladores, policías, planificadores, administradores, diseñadores e ingenieros, entre otros actores (Welle et al., 2018).

El concejo municipal, aprobará las normativas en las iniciativas legislativas que instituyen como dispositivos municipales a propuesta del alcalde, esto como un derecho mediante el cual los vecinos plantean al gobierno local la adopción de una norma legal municipal de cumplimiento obligatorio por todos o una parte de los vecinos de la jurisdicción o del propio concejo municipal. Toda iniciativa requiere el respaldo de firmas certificadas instituidas por el Registro Nacional de Identificación y Estado Civil; RENIEC, de más del 1 % (uno por ciento) del total de electores del distrito o provincia correspondiente, cumpliendo este requisito se inicia el trámite y aprobación del mecanismo de iniciativa vecinal (Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972, 2003).

Significa que el reconocimiento de los representantes, es asumido por el concejo municipal en cuestiones de propuestas normativas de ordenamiento, diseños viales, presupuestos en infraestructuras viales, entre otras facultades que integra la función clave de la participación ciudadana. Tienen también el derecho al ejercicio de ser elegidos y de elegir libremente a sus representantes vecinales, de acuerdo con las condiciones en los procedimientos determinados por ley orgánica de municipalidades. Es un derecho y deber de los vecinos participar en el gobierno municipal de su competencia. Las ordenanzas se legislan y promueven con los mecanismos directos e indirectos de su participación, estando para ello en pleno derecho al voto que les faculta a los ciudadanos en goce de su capacidad civil (Mállap Rivera, 2013).

Por más buenas fueran las intenciones de implementar propuestas de ordenamiento en la ciudad, estas no serán convincentes, si no tienen cimiento de formación educativo desde los currículos de estudio en los centros educativos de la ciudad de Juliaca. Es decir que las instituciones educativas tienen la importante tarea de promover en los niños y jóvenes una mirada atenta sobre la complejidad del espacio público actual, hacer reflexionar sobre la base de eliminar los malos hábitos provocan accidentes fatales en cada sociedad que va configurando un modo de transitar distinta a otros, y la voluntad de ser partícipes en la construcción de formas más seguras de vincularnos en el espacio vial (Ippolito et al., 2010).

Actualmente hay propuestas desacertadas o nulas de salvar vidas en Juliaca, solo se observa trabajos débiles en diseños de construcciones de puentes peatonales como la solución principal para proteger a los peatones de accidentes fatales en las vías de

tránsito, aunque por ellas deberían transitar los vehículos, observando que es molestoso su uso para los peatones, pues son reacios a utilizar estas estructuras. Cuando se le obliga al peatón a gastar más tiempo en sus desplazamientos por la utilización de los puentes se le está dando un lugar abajo en la jerarquía de la movilidad (Fajardo Hoyos & Gómez Sánchez, 2015).

Deduciendo ideas la elaboración de las propuestas normativas del transporte urbano en vehículos menores, emergen a consecuencia de los problemas de congestión vehicular de tránsito en los lugares céntricos de las ciudades, para evitar estos malestares es evidente que la entidad municipal señale rutas y carriles exclusivos del tránsito vehicular. Para ello es fundamental socializar con los ciudadanos la aprobación en una ordenanza municipal así; ubicación de los vehículos menores de transporte urbano en el carril izquierdo de la vía; a los vehículos particulares en el carril medio de la vía; en cuanto al transporte urbano de vehículos mayores en el carril derecho de la vía.

METODOLOGÍA

Fundamentando el trabajo de investigación. Se enuncia que, es descriptivo, porque describe e interpreta las características constantemente en las variables de estudio. En el sentido de que trata de determinar el grado de causalidad entre las dos variables existentes. La investigación se enmarca en el tipo de investigación aplicada. Se señala que, es una investigación de tipo aplicativo, porque se busca dar solución a un problema de la sociedad, particularmente de los pobladores y ciudadanos de la provincia de San Román (Hernández Sampieri et al., 2014).

Para el proceso de viabilidad del estudio, fue el diseño no experimental, por el hecho que no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no son provocadas intencionalmente en la investigación, en otras palabras no es posible manipularlas, tampoco se puede tener el control directo de las variables (Hernández Sampieri et al., 2014).

La población de estudio está conformada básicamente por los conductores de vehículos menores de empresas y asociaciones como son: los mototaxistas que diariamente transitan haciendo servicio de pasajero y de carga por las arterias de la ciudad de Juliaca.

La muestra de estudio es un número menor a la población, por lo que, representado por el tipo de muestra probabilístico, y es obtenida mediante la siguiente fórmula estadística:

$$n = \frac{NZ^2}{4N\varepsilon^2 + Z^2}$$

Donde:

n = Tamaño mínimo de la muestra

N = Población de estudio (2119)

Z = Grado de confianza (1,96)

ε = Error máximo permisible (0,05)

Reemplazando en la formula anterior, se tiene:

$$n = \frac{2119(1{,}96)^2}{4(2119)(0{,}05)^2 + (1{,}96)^2}$$

n = 326

La técnica empleada es la encuesta: porque al investigar se realizó el trabajo de campo mediante este procedimiento investigativo, siendo esta la más eficaz para el acopio de la información. En cuanto a los instrumentos utilizados tenemos: el cuestionario, con las que se recogió la información sobre el contenido de los indicadores e índices de las variables, que son los medios físicos cuidadosamente elaborados y aplicados a los elementos de la muestra de estudio.

El diseño estadístico se adoptó para esta investigación, conforme a la naturaleza de la hipótesis, es el coeficiente de correlación lineal simple de Pearson, y la fórmula estadística es el siguiente:

$$r = \frac{n(\sum U_i U_j n_{ij}) - (\sum U_i n_i)(\sum U_j n_j)}{\sqrt{\left[n(\sum U_i^2 n_i) - (\sum U_i n_i)^2\right]\left[n(\sum U_j^2 n_j) - (\sum U_j n_j)^2\right]}}$$

Donde:

r = Coeficiente de correlación lineal simple.

n = Tamaño de la muestra.

Ui = Valor transformado o codificado para la variable X.

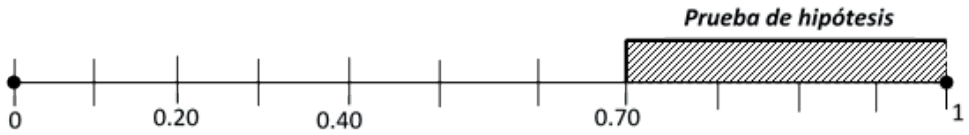
Uj = Valor transformado o codificado para la variable Y.

Nij = Frecuencia absoluta condicionada de las variables X e Y.

∑ = Sumatoria.

Para validar la hipótesis de la investigación, se usa el grado de correlación de las variables, visualizadas a través de intervalos de clase sobre un segmento de recta:

$r \in \langle 0.1]$	Correlación directa positiva de donde se ha particionado:
i) $r = 0$	No existe correlación alguna entre las variables de estudio
ii) $0 < r < 0.20$	Existe correlación positiva no significativa.
iii) $0.20 \leq r < 0.40$	Existe una correlación positiva baja.
iv) $0.40 \leq r < 0.70$	Existe una correlación significativa.
v) $0.70 \leq r < 1$	Existe alto grado de correlación entre las variables de estudio.
vi) $r = 1$	Correlación positiva perfecta.

Diagrama Lineal:

RESULTADOS

Planificado el estudio se desarrolló sistemáticamente los datos, aplicando las técnicas e instrumentos propuestos, luego del procesamiento de los datos se arribó a resultados coherentes y fehacientes, donde identificaron diferentes argumentos de otras realidades en propuestas legales a través de los ciudadanos, estas similitudes se relacionaron directamente con las situaciones problemáticas existentes en el ámbito del transporte urbano de vehículos menores en la provincia de San Román. Ilustrados los resultados en tablas y gráficos estadísticos, se interpretan observaciones detalladamente. Para tal fin, se establecen las siguientes tablas con caracteres cualitativos y cuantitativos.

Nivel	Frec.	%
Mala	152	47
Regular	111	34
Buena	63	20
Total	**326**	**100**

Tabla 1: Distribución de frecuencias para los transportistas en vehículos menores de la municipalidad provincial San Román; según nivel de calificación en propuestas legales y participación ciudadana

Fuente: Elaborado por el autor

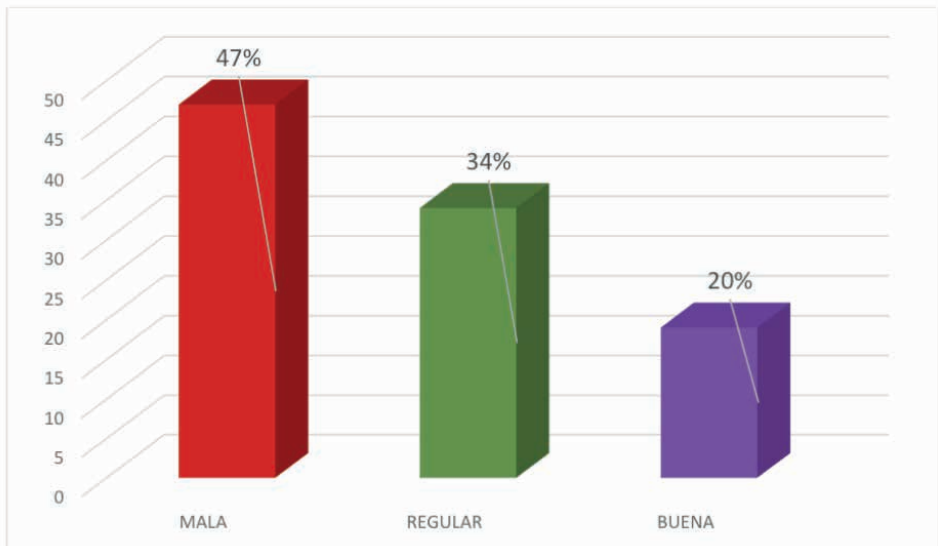



Gráfico 1: Distribución de barras para los transportistas de la jurisdicción municipal provincial de San Román; según nivel de calificación en propuestas legales y participación ciudadana

Fuente: Tabla N° 1

Interpretación y análisis

En la tabla Nº 1 y Gráfico Nº 1, comparando que, 326 transportistas de la jurisdicción del municipio provincial de San Román, sobre la calificación de las propuestas legales por la autoridad municipal. La mayoría de ellas tienen el nivel de calificación de **malo** y representan el 47%; y 34% se muestran en el nivel calificativo de **regular,** se observa también, que algunos transportistas se expresan en el nivel de **bueno** con 20%.

Nivel	Frec.	%
Nunca	103	32
A veces	141	43
Siempre	82	25
Total	**326**	**100**

Tabla 2: Distribución de frecuencias para los transportistas de la jurisdicción municipal provincial de San Román; según nivel de calificación en ordenamiento del transporte urbano de vehículos menores

Fuente: Elaborado por el autor

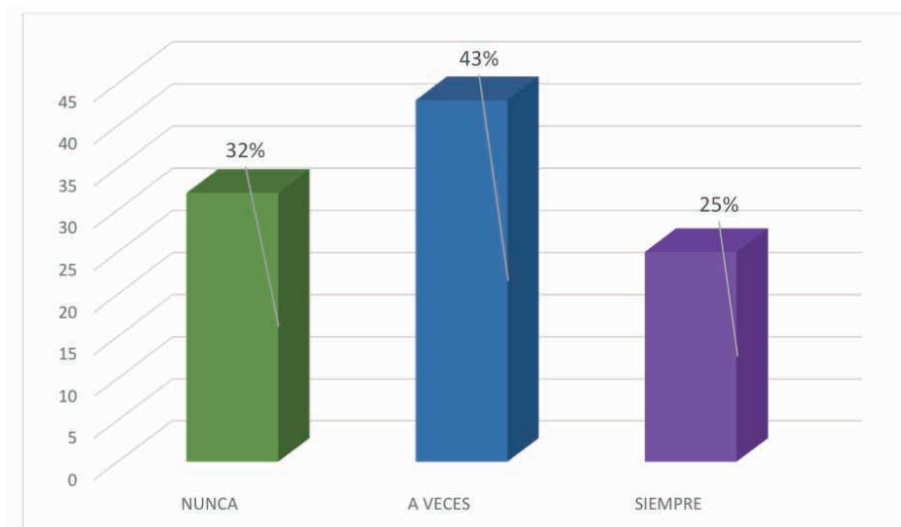



Gráfico 2: Distribución de barras para los transportistas de la jurisdicción municipal provincial de San Román; según nivel de calificación en ordenamiento del transporte de vehículos menores

Fuente: Tabla N° 2

Interpretación y análisis

En la tabla N° 2 y gráfico N°2, se observa que, de los 326 transportistas de la competencia de la municipalidad, sobre la calificación del ordenamiento del transporte urbano en vehículos menores: en su mayoría de los transportistas indican el nivel de ordenamiento de **A veces** y representan el 43%; y el 32% indican en el nivel calificativo

de **nunca**, se observa también que algunos transportistas indican el calificativo de nivel **siempre** forman el 25%.

Ordenamiento del Transporte Urbano	Propuestas legales y participación ciudadana							
	Mala		Regular		Bueno		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Nunca	65	20	33	10	5	2	103	32%
A veces	47	14	51	16	43	13	141	43%
Siempre	40	12	27	8	15	5	82	25%
Total	**111**	**46**	**152**	**34**	**63**	**20**	**326**	**100**

Tabla 3: Propuestas legales y participación ciudadana asociado al ordenamiento del transporte urbano de vehículos menores en la municipalidad provincial de San Román

Fuente: Elaborado por el autor

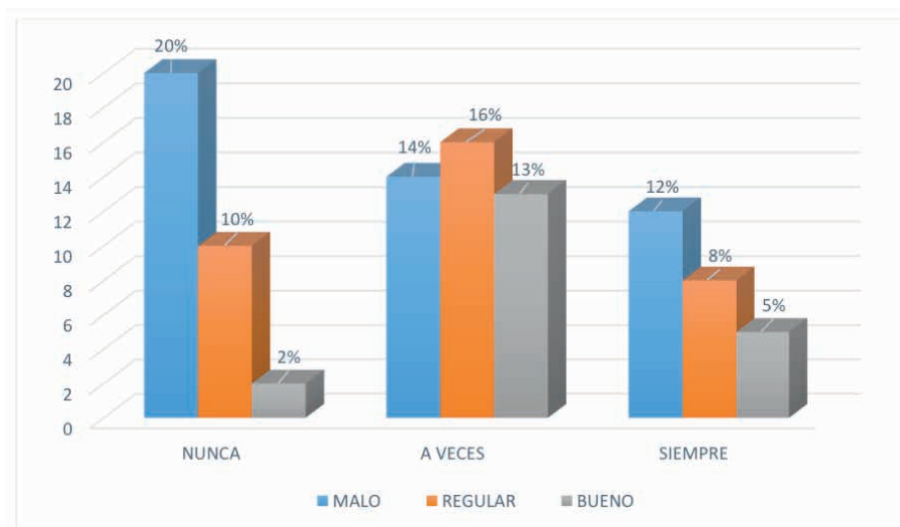



Gráfico 3: Propuestas legales y participación ciudadana asociado al ordenamiento del transporte urbano de vehículos menores en la municipalidad provincial de San Román

Fuente: Tabla N° 3

Interpretación y análisis

En la tabla N° 3 y grafico N° 3, se refleja que, el 46% de los transportistas de la jurisdicción de la municipalidad provincial de San Román, indican el nivel de malo en propuestas legales por la municipalidad, esto es a consecuencia de no realizar la consulta a la participación ciudadana. El 34% de ellos figuran en el nivel de regular y los que presentan nivel bueno representan el 20%. Sobre el ordenamiento del transporte urbano,

los transportistas manifiestan de a veces representan el 43%, el 32% de ellos indican el nivel de nunca, y los transportistas que forman el nivel de siempre figuran con el 25%.

Al asociar las políticas municipales con el ordenamiento del transporte urbano, se observa con predominio el 20% de ellos indican que su aplicación es malo en las propuestas legales con participación ciudadana y a la vez revelan de nunca se cumple el ordenamiento; así mismo el 16% presentan de regular las propuestas legales y participación ciudadana y presentan de a veces se aplica el ordenamiento, en cambio los que señalan las propuestas son buenas y a veces se aplica el ordenamiento que forman el 13%.

X_1 / Z_1	16-22	22-28	28-34	34-40	40-46	n_j	U_j	$\sum U_j n_j$	$\sum U_j^2 n_j$	$\sum U_i U_j n_{ij}$
20-23					8 32	8	2	16	32	32
17-20			12 0	18 18	6 12	36	1	36	36	30
14-17			108 0	35 0		143	0	52 - 164	0	0
11-14		97 97	17 0			114	- 1	- 114	114	97
08-11	15 60	10 20				25	- 2	- 50	100	80
n_i	15	107	137	53	14	326		-112	282	239
U_i	- 2	- 1	0	1	2					
$\sum U_i n_i$	- 30	- 107	- 137 81	53	28	-56				
$\sum U_i^2 n_i$	60	107	0	53	56	276				
$\sum U_i U_j n_{ij}$	60	117	0	18	44	239				

Tabla N° 4 Correlación entre propuestas legales y participación ciudadana con el ordenamiento de tránsito de vehículos menores – 2022

Fuente: Elaborado por el autor

Fórmula del coeficiente de correlación lineal simple

$$r = \frac{n(\sum U_i U_j n_{ij}) - (\sum U_i n_i)(\sum U_j n_j)}{\sqrt{[n(\sum U_i^2 n_i) - (\sum U_i n_i)^2][n(\sum U_j^2 n_j) - (\sum U_j n_j)^2]}}$$

$$r = \frac{326(239) - (-56)(-112)}{\sqrt{[326(276) - (-56)^2][326(282) - (-112)^2]}}$$

$$r = 0{,}86$$

Análisis e interpretación

El coeficiente de correlación lineal simple de Pearson r = 0,86 indica una correlación alta o muy significativa entre las propuestas legales y participación ciudadana con el ordenamiento de tránsito de vehículos menores ante la municipalidad provincial de San Román, lo que muestra una interdependencia fuerte entre ambas variables.

Verificación de la hipótesis general

La relación matemática: r2100 = (0,86)2 100 = 74%. Existe una influencia muy significativa de las propuestas legales y la participación ciudadana implementada por la municipalidad provincial de San Román, en el ordenamiento de tránsito de los vehículos menores mototaxis en la ciudad de Juliaca, cuya influencia estadísticamente es del orden del 74%. Es decir, la inoperancia de las propuestas legales y participación ciudadana, genera un caos en el ordenamiento de tránsito de vehículos menores.

DISCUSIÓN

Obtenidos los datos de las encuestas realizadas a los transportistas de servicio urbano en vehículos menores de la ciudad de Juliaca, concerniente a la asociación de las propuestas legales y participación ciudadana para el ordenamiento de tránsito en los lugares céntricos de la localidad, donde se causa mayor congestión vehicular, se muestran que su implementación de reducir la congestión por la autoridad edil, es calificado de malo con 46% de forma mayoritaria, en otro sector afirman que es regular en un 34%, mientras en un sector reducido indica que es bueno de 20%, todo ello en virtud por la inacción de los gobernantes o dejar de lado a los ciudadanos. Respecto al estudio explicado son similares a las comparaciones con el contexto del estudio hechas por, Rojas Calle y Sánchez Dávila (2021) aseveran que, se pueden observar que en muchos gobiernos locales la participación ciudadana es casi nula, esto debido a que las autoridades no le han dado la debida consideración que amerita capacitar y promover la participación ciudadana en forma informada y responsable en las decisiones públicas para mejorar el estilo de vida de la sociedad.

Igualmente, se complementan los calificativos de malos en las propuestas ediles unilaterales arribados, que conlleva desaciertos defendidos por Zamora Sandoval y Cornejo Ortega (2021) consideran que, sin mecanismos de control ciudadano, aumenta la posibilidad de arbitrariedades en los manejos de un gobierno municipal eficiente, ordenado y transparente, esa impericia gubernamental es debido a veces, por los malos manejos de informaciones deficientes, máxime si ésta es imprecisa, incompleta o está sesgada. Estos desaciertos en la toma de decisiones de ordenamiento, se han encontrado en la implementación de las ciclovías en las diferentes arterias de la ciudad de Juliaca, las cuales, no han sido socializados a los ciudadanos en las distintas modalidades que requería esa labor conjunta asociada de funcionarios públicos y ciudadanía. Desastrosamente se puede observar claramente que los ciudadanos no han sido tomados en cuenta por las autoridades municipales, consecuentemente la congestión vehicular, es caótica en las denominadas horas pico o días de mayor movimiento comercial en las partes céntricas de la ciudad.

Los ordenamientos en el transporte urbano de mototaxis, coinciden así con Padrón (2018) donde refiere que, diariamente existen inobservancias de las leyes reguladoras de tránsito, cuando los transportistas hacen uso de las vías públicas, ellos tienen que lidiar con múltiples problemas como: aceras invadidas por comerciantes informales, vehículos mal estacionados, peatones que circulan y cruzan las calles por zonas no permitidos, autoridades o particulares que efectúan trabajos en la vía pública obstruyendo el tráfico, sin orientar señalizaciones correctas, conductores que crean caos vial realizando maniobras temerarias, negligentes y otras conductas inseguras. Estos casos de congestión vehicular o peatonal, son muy comunes en la ciudad de Juliaca, pues los comerciantes formales exhiben los productos de venta en las veredas, igualmente siguen con ese protocolo las instituciones financieras que estacionan sus vehículos ocupando parte de la vía de tránsito, paralelamente bien instalados al frontis de sus empresas, actualmente no se salvan de ser ocupados todas las vías de los contornos comerciales o mercados por los negociantes informales.

Empleando las similitudes concordamos en mediadas propositivas de ordenamiento a los aproximaciones con Maza Ávila et al. (2019) arguyen en proponer e implementar programas encaminados a fortalecer la educación vial, donde las autoridades de tránsito promuevan espacios de sensibilización para motivar el respeto a las señales de tránsito por parte de todos los actores de la vía, así como reforzar las exhortaciones en materia de seguridad vial. Estos programas también deben incluir la formación de niños y jóvenes desde las escuelas, pues ellos se convertirán en los futuros actores viales. La promulgación de propuestas normativas como curso en educación vial, desde los centros educativos primarios, es una propuesta que debería estar incluido en los currículos de estudios aprobados en ley por los legisladores y el ejecutivo, preparando así, a los ciudadanos a mejorar su cultura de comportamientos de conocer sus derechos y deberes.

Relativos a las propuestas en diseños viales reflejan los parecidos con Targa et

al. (2020) fundamenta que las causas de los siniestros viales en Lima responden a un factor de comportamiento de los usuarios de la vía. Sin embargo, este diagnóstico debe reconocer que el comportamiento de los usuarios en la vía está también influenciado por el diseño mismo de la infraestructura. Un ejemplo es el ancho del carril de circulación. Carriles con un ancho mayor (3,5 m) resultan en velocidades efectivas mayores que en carriles con un ancho menor (3,0 m). En las vías céntricas de la ciudad de Juliaca, se propone ampliar el diseño vial con carriles exclusivos para ordenar la circulación del transporte urbano de mototaxis por el carril izquierdo de la vía, en cuanto al recorrido de las otras vías, están divididos para los vehículos particulares y el transporte urbano de vehículos mayores sucesivamente, incluyendo necesariamente en las peticiones de concesiones de las rutas o paraderos que otorga la municipalidad, acreditando las razones del uso de unas calles adecuadas especialmente para ellos.

CONCLUSIONES

Se comprobó que las propuestas legales y la participación ciudadana al ser asociados con el ordenamiento del transporte urbano de mototaxis de la provincia de San Román, en las labores de legislar se logró detectar la existencia de un carácter individualista practicadas desde otras autoridades ediles, equivocadamente sobrellevan desaprovechar los ideales de los vecinos en la toma de decisiones, en distintas modalidades de evitar el tráfico vehicular con; diseños viales exclusivos para el servicio urbano, zonas de estacionamientos o paraderos, rutas, cursos de educación vial desde la niñez y reglamentaciones aprobadas en sesiones de concejo municipal. Ampliando el estudio del ordenamiento en el transporte urbano de mototaxis, se aprecia que son trabajos asociados entre autoridad y ciudadanos, además para el surgimiento de las propuestas de políticas legales necesitan ser planteadas, promovidas, implementadas, dirigidas y controladas desde las realidades mismas de los actores que involucran al ámbito del transporte urbano de mototaxis, instadas por la voluntad política de los gobernantes ediles, promulgando el reconocimiento de representatividad de los ciudadanos ante el concejo municipal, de ese modo son integrados en la toma de decisiones participativas con voz y voto al nivel de un miembro del concejo municipal.

REFERÊNCIAS

Barragán Sánchez, F., Alba Maldonado, J. M., & Gelvez Santiago, M. Z. (2020). Análisis socioeconómico del mototaxismo en Ocaña, Norte de Santander, Colombia. *Cultura, Educación y Sociedad, 11*(2), 161-176. doi:http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.11.2.2020.10.

Benjamín Castillo, O. (2010). El mototaxismo ¿Problema informal o un medio de generación de ingresos para resolver en parte el problema del desempleo en montería? *Económicas CUC, 31*(1), 89-104.

Bull, A. (2013). *Congestión de tránsito; El problema y cómo enfrentarlo.* Santiago de Chile, Chile: Unidad de Transporte de la CEPAL.

Burgos Ortiz, S. Y. (2017). El mototaxismo: Un medio de transporte urbano como alternativa económica en San Juan de Pasto. *Revista de sociología, V*(1), 11-27. Recuperado el 19 de octubre de 2022, de https://revistas.udenar.edu.co/index.php/revsoci/article/view/3527#:~:text=Esta%20actividad%20informal%20es%20una,subsistencia%20para%20quienes%20lo%20practican.

Cerquera Losada, Ó. H., Orjuela Yacue, C. F., & Ferrari, S. E. (2019). *Revista Facultad de Ciencias Económicas, 27*(2), 33-50. doi:doi: https://doi.org/10.18359/rfce.3788

Fajardo Hoyos, C. L., & Gómez Sánchez, A. M. (2015). Análisis de la elección modal de transporte público y privado en la ciudad de Popayán. *Territorios*, 157-190. doi:http://dx.doi.org/10.12804/territ33.2015.07

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & María del Pilar Baptista Lucio, M. D. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta edición ed.). México: McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

Ippolito, M., Caeiro, M. D., & Carvani, M. (2010). *Educación vial: Propuestas para la enseñanza.* Ministerio de Educación de Argentina. Buenos Aires: Ministerio de Educación: Secretaria de Educación. Recuperado el 03 de noviembre de 2022, de http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL002853.pdf

Ley Orgánica de Municipalidades Ley N° 27972. (2003). Diario Oficial El Peruano. Juliaca, San Román, Perú: Congreso de la República. Recuperado el 29 de octubre de 2022, de https://lpderecho.pe/ley-organica-municipalidades-ley-27972-actualizado/

Mállap Rivera, J. (2013). *Comentarios al régimen normativo municipal.* Lima, Perú: Gaceta Jurídica S.A.

Maza Ávila, F. J., Fals Galezo, M. P., Espinosa Flórez, L. C., Safar Cano, C. F., & Licona Dáger, D. (2019). Percepciones del riesgo asociado a la práctica del mototaxismo en Cartagena,Colombia. *Economía & Región, 13*(2), 57-81.

Montecinos, E., & Contreras, P. (Abril-junio de 2019). Participación ciudadana en la gestión pública: Una revisión sobre el estado actual. *Revista Venezolana de Gerencia, 24*(86), 341-356.

Moscoso, M., Van Laake, T., Quiñones, L., Pardo, C., & Hidalgo, D. (2020). *Transporte urbano sostenible en América Latina: evaluaciones y recomendaciones para políticas de movilidad.* Bogotá, Colombia: Giz Tumi.

OMS. (2017). *Seguridad de los vehículos de motor de dos y tres ruedas: Manual de seguridad vial para decisores y.* Ginebra: OMS.

Padrón, C. J. (2018). Estado actual del marco legal del transporte terrestre y la seguridad vial en Venezuela. *Visión Gerencial*(2), 316-326.

Rojas Calle, D., & Sánchez Dávila, K. (2021). Empoderamiento de la ciudadanía a través de la participación ciudadana para un gobierno local integral. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar, 5*(4), 6036-6072. doi:https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.758

Targa, F., Portabales, I., Buis, J., Olivares Medina, C., Flores, J., & Peña, J. (2020). *Propuesta y recomendaciones para la formulación de una estrategia para la bicicleta en Lima Metropolitana.* Washington, Estados Unidos de América (EUA): Grupo Banco Mundial.

Welle, B., Bray Sharpin, A., Adriazola-Steil, C., Soames, J., Shotten, M., Bose, D., . . . Imamoglu, T. (2018). *Sostenibilidad y seguridad: visión y marco para lograr cero muertes en las vías.* Washington: World Resources Institute.

Yánez Contreras, M., & Acevedo González, K. (2014). Determinantes de la decisión de los mototaxistas en Cartagena (Colombia) de infringir la medida de pico y placa. *Revista Facultad de Ciencias Economicas: Investigación y Reflexión, 22*(1), 35-47. doi:https://doi.org/10.18359/rfce.638

Zamora Sandoval, K., & Cornejo Ortega, J. L. (2021). Percepción sobre los procesos colaborativos y de participación ciudadana en la zona metropolitana de Puerto Vallarta. *región y sociedad*, 1-30. doi:doi: 10.22198/rys2021/33/1466

CAPÍTULO 7

INTERPRETAÇÃO PATRIMONIAL, TURISMO E MEMÓRIA: UMA PROPOSTA PARA A CIDADE DE RIO BRILHANTE

Data de submissão: 07/09/2023 *Data de aceite: 02/10/2023*

Mariluce de Moraes
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Curso de Turismo
Dourados, MS

Lara Brunelle Almeida Freitas
Universidade Federal do Paraná, Curso de Gestão de Turismo
Matinhos, PR
Lattes: http://lattes.cnpq.br/6391504915384282
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-2203-1698

Camila Benatti
Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Curso de Turismo
Dourados, MS
Lattes: http://lattes.cnpq.br/1737446988151190
ORCID: https://orcid.org/0000-0003-0333-3954

RESUMO: Este trabalho tem como objetivo apresentar a história de um monumento de 1914, conhecida como "Sobradinho" e a sua importância como patrimônio cultural para a cidade de Rio Brilhante, no estado de Mato Grosso do Sul. Para tanto, foi desenvolvida uma pesquisa documental de abordagem qualitativa e de caráter exploratório. Como principal resultado, apresenta-se uma proposta de cartilha informativa e placa interpretativa como ferramenta de interpretação patrimonial para o município de Rio Brilhante, tendo como base o potencial arquitetônico, histórico e cultural do Sobradinho. Notou-se que conhecer a história local não é importante apenas para os habitantes da cidade, mas também para a população do Estado e do Brasil. Nesse sentido, o patrimônio cultural ultrapassa o sentido de memória, incidindo, sobretudo, no fortalecimento dos laços sociais, no sentimento de pertença e na salvaguarda dos bens culturais. Conclui-se, assim, que o papel do profissional ligado ao Turismo, pode ser transformador ao conscientizar a população acerca da importância de valorizar e compreender mais a respeito de sua história, ora conhecendo lugares considerados patrimônios, ora pesquisando e informando sobre suas potencialidades.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio Cultural; Lugar de memória; Potencial turístico; Mato Grosso do Sul.

HERITAGE INTERPRETATION, TOURISM AND MEMORY: A PROPOSAL FOR THE CITY OF RIO BRILHANTE

ABSTRACT: This work aims to present the history of the 1914 building, known as "Sobradinho" and its importance as a cultural heritage for the city of Rio Brilhante, in the state of Mato Grosso do Sul. qualitative and exploratory. As a main result, a proposal for an informative booklet and an interpretative plaque is presented as a tool for interpreting the heritage for the municipality of Rio Brilhante, based on the architectural, historical and cultural potential of Sobradinho. knowing the local history is not only important for the inhabitants of the city, but also for the population of the state and of Brazil. belonging and safeguarding cultural assets. It is concluded, therefore, that the role of the professional linked to Tourism can be transformative by making the population aware of the importance of valuing and understanding more about its history, sometimes knowing places considered heritage, now researching and reporting on its potential.

KEYWORDS: Cultural heritage; Memory place; Tourist potential; Mato Grosso do Sul.

1 I INTRODUÇÃO

O patrimônio cultural pode ser compreendido como expressões e monumentos que representam as gerações passadas. Segundo Choay (2006), o patrimônio histórico é destinado ao uso de uma comunidade e se constitui pelo acúmulo de objetos e tradições através do tempo e da construção de uma memória coletiva.

Para Lemos (2017), um dos maiores desafios ligados à preservação do patrimônio cultural está em despertar o interesse da população em conhecer e valorizar esses bens. Nesse caso, torna-se crucial a presença de profissionais da área, como turismólogos, historiadores, antropólogos, geógrafos e arquitetos, que assumam as funções de divulgar e criar estratégias que despertem a vontade dos indivíduos em saber um pouco da sua história, fortalecendo o seu sentimento de pertença.

Meira (2004) afirma que o patrimônio cultural "relaciona-se com os conceitos de identidade, modernidade e nacionalidade e sua construção apresenta momentos em comum com as trajetórias dos conceitos de história, arqueologia, arte e arquitetura" (MEIRA, 2004, p. 3). Assim, pode-se afirmar que o patrimônio está ligado ao conceito de identidade cultural de um povo.

De acordo com Londres (2005, p. 159), "atualmente, na grande maioria das legislações nacionais consta o preceito de que é dever do Estado preservar o patrimônio histórico e artístico". Sob essa ótica, a Constituição Federal dispõe como competência comum da União, dos estados, do Distrito Federal e dos municípios, tutela à luz do ordenamento jurídico quanto à preservação do Patrimônio Nacional (Brasil, 1988).

No estado de Mato Grosso do Sul, os órgãos responsáveis pela proteção institucional do patrimônio são o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em escala nacional e estadual, e no que concerne ao âmbito municipal, são responsáveis as secretarias e conselhos de cultura e patrimônio. No entanto, é relevante salientar que, além

do governo, o setor privado e a população também são responsáveis pela salvaguarda do patrimônio cultural.

Os bens culturais que compõem o patrimônio podem ser materiais ou imateriais: o primeiro corresponde àqueles que possuem uma forma física, tangível, como edifícios históricos, monumentos, objetos, pinturas, esculturas, arquivos e documentos. Já os bens imateriais caracterizam-se por manifestações e práticas culturais, como as tradições orais, as formas de expressão musical, as danças, as festas populares, os rituais religiosos, as técnicas artesanais, entre outros. A preservação dos bens culturais permite a continuidade da memória e da identidade coletiva de geração em geração e é fundamental para a valorização da história e das tradições de uma sociedade (RABELLO, 2009).

Nesse panorama, existe na cidade de Rio Brilhante, no estado de Mato Grosso do Sul, um "Sobradinho" que é um importante símbolo da história do município, para o seu desbravamento, expansão e consolidação atual. Buscando resgatar a memória local e apoiar o fortalecimento da identidade e da história cultural, que surge este estudo com o objetivo de apresentar a história do "Sobradinho" e sensibilizar a comunidade sobre a sua importância quanto ao seu potencial arquitetônico, histórico e cultural (MORAES *et al.,* 2023).

O Sobradinho é uma construção que foi executada pelo engenheiro Joaquim Moreira da Silva datada no ano de 1914, e que se assume como uma relíquia do início do século XX, notável pela sua estrutura arquitetônica e que permanece até os dias atuais no centro da cidade. A residência serviu como sede de diversos órgãos públicos, dentre eles, a Prefeitura e a Câmara Municipal, importantes para a vida pública e social da cidade ao longo dos anos (RIO BRILHANTE, 2022).

O presente trabalho é um estudo ampliado de uma comunicação que foi apresentada no 17º Fórum Internacional de Turismo do Iguassu e está estruturado em cinco partes, a saber: 1) Introdução; 2) Processo metodológico de investigação; 3) Resultados e discussão da pesquisa; 4) Considerações finais; e 5) Referências bibliográficas.

2 I METODOLOGIA

A construção metodológica da investigação partiu de uma pesquisa de abordagem qualitativa e exploratória. Desse modo, em uma primeira etapa foi realizado um levantamento bibliográfico e documental para recolher os fundamentos teóricos pertinentes para o estudo, considerando os temas sobre patrimônio cultural e interpretação patrimonial.

Assim, foram consultados autores como Tilden (1967), Meira (2004), Londres (2005), Murta e Goodey (2005), Choay (2006), Rabello (2009), Lemos (2017), Caponero e Leite (2020), a Constituição Federal de 1988 e sites institucionais oficiais, como o portal da Prefeitura Municipal de Rio Brilhante e o portal do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), no período de setembro a novembro de 2022. Posteriormente,

foi realizada uma visita de campo no local, onde foi feita a observação direta e não participante com registros e notas de campo para confirmação dos dados coletados na pesquisa documental e registro de fotografias do Sobradinho.

Por fim, foi elaborada uma proposta de cartilha informativa e uma placa interpretativa como possíveis instrumentos de interpretação patrimonial para o município de Rio Brilhante, tendo como base os dados coletados sobre o potencial arquitetônico, histórico e cultural do Sobradinho. A cartilha e a placa foram elaboradas no programa de edição audiovisual Canva, por uma das autoras do trabalho. Posto isto, no próximo item serão discutidos os resultados alcançados a partir do processo metodológico investigativo.

3 | RESULTADOS E DISCUSSÕES

O estilo de construção particular do Sobradinho remonta a arquitetura colonial portuguesa, com influências europeias e traços característicos da época, e tem potencial significativo sobre a história e cultura local para o fortalecimento da memória coletiva e para sua Patrimonialização (MORAES *et al.,* 2023). Contudo, observa-se, conforme Figura 1, que ele está degradado, sendo possível afirmar que o prédio sofreu um abandono e a falta de manutenção ao longo dos anos, o que pode ter comprometido o seu estado de conservação. Observa-se características próprias do neoclássico, como o uso de colunas, frontões e simetria.

Figura 1. Sobradinho - 1914.

Fonte: Acervo próprio, 2022.

Nesse aspecto, a interpretação patrimonial pode trazer ressignificações, pois,

interpretar, em sentido amplo, é “um ato de comunicação, que visa não apenas comunicar informações factuais sobre diferentes temáticas, como também revelar significados e várias formas de olhar e apreender, provocando emoções, despertando a curiosidade e estimulando a responsabilidade” (CAPONERO; LEITE, 2020, p. 21). Dessa forma, segundo os autores, ao interpretar um bem patrimonial, é possível captar a sua essência, ou seja, o que o torna um lugar ou objeto de memória, que representa a história e a cultura, que está associado à identidade local/regional e à cidadania.

A interpretação patrimonial estimula a qualidade da descoberta, despertando novos significados e emoções nas pessoas (MURTA e GOODEY, 2005). Portanto, a interpretação do patrimônio permite que a história e a cultura de uma região sejam preservadas e valorizadas, contribuindo para a sensibilização coletiva, para a formação da identidade local e para o enriquecimento da cultura.

É de suma importância divulgar o patrimônio e conscientizar a população sobre a necessidade de sua preservação, promovendo, assim, ações de educação e interpretação patrimonial, como exposições, oficinas, palestras, eventos culturais, entre outras atividades que possam atrair a atenção da comunidade local e despertar o interesse pela história e a cultura da região.

De acordo com Murta e Goodey (2005), a escolha dos instrumentos e técnicas de interpretação patrimonial dependerá do local ou objeto a ser interpretado, bem como do público-alvo em que será aplicada. A cartilha informativa (Figura 2) e a placa interpretativa (Figura 3), são meios interpretativos que se adequam a visitantes jovens e adultos, pois possuem vantagens distintas, que poderão contribuir para a divulgação da potencialidade no processo de patrimonialização do Sobradinho. As duas técnicas podem ainda alcançar pessoas com deficiência, usando material tátil, como o braile, e possíveis visitantes internacionais, incluindo informações em diferentes idiomas.

Nesse sentido, propõe-se com a cartilha informativa (Figura 2), um recurso interpretativo de divulgação que poderá apresentar informações mais detalhadas sobre a potencialidade do monumento, destacando sua história, as pessoas envolvidas, as suas mudanças ao longo do tempo, a sua localização e outros detalhes relevantes. Além disso, a cartilha pode ser distribuída para diferentes públicos, o que contribui para seu amplo alcance.

Figura 2. Cartilha informativa do Sobradinho – 1914.

Fonte: Elaboração própria, 2022.

Já a segunda proposta que consiste na placa interpretativa (Figura 3), trata-se de um painel com imagens e texto explicativo, que tem como objetivo fornecer informações breves e objetivas sobre o bem cultural, podendo ser útil para quem está passando pelo local e deseja obter informações rápidas sobre ele. Ademais, a placa poderá ser instalada estrategicamente próximo ao patrimônio, gerando vínculo e conhecimento sobre o local.

Figura 3. Placa interpretativa para o Sobradinho - 1914

Fonte: Elaboração própria, 2022.

A partir destas ferramentas de interpretação patrimonial seria possível alcançar os seis princípios da interpretação estabelecidos por Tilden (1967): i) focalizar os sentidos dos visitantes; ii) revelar sentidos com base na informação; iii) utilizar artes visuais e de animação; iv) provocar o visitante, estimulando sua curiosidade; v) apresentar a história do lugar em sua totalidade; vi) ser acessível a um público mais amplo, contribuindo para a democracia e igualdade.

Integrar esses princípios é relevante à medida que a interpretação pode se tornar uma interessante mediadora entre o passado e o presente (MURTA e GOODEY, 2005). Assim, conclui-se que ao conscientizar a população sobre a importância de conhecer mais a respeito de sua história ela poderá compreender o seu presente. O profissional de turismo pode contribuir para esse processo e para a valorização da identidade cultural local e a preservação do patrimônio, conforme evidenciado na proposta de intervenção interpretativa. Além disso, ao informar sobre as potencialidades turísticas de uma região, o profissional de turismo pode incentivar o desenvolvimento local por meio deste setor.

4 I CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante do exposto, conclui-se que reconhecer a história do Sobradinho não é

significativo somente para a história local do município de Rio Brilhante, mas também para entender a história do estado de Mato Grosso do Sul e do Brasil, visto que engloba a história das migrações do povo do sul do país e de outras regiões.

Nota-se que o patrimônio cultural ultrapassa o sentido de memória, que no caso de Rio Brilhante, evidencia-se na edificação do Sobradinho ainda preservada. Neste panorama, apreende-se o papel transformador do profissional ligado ao Turismo, que é de conscientizar a população acerca da importância de querer conhecer mais a respeito de sua história, conhecendo esses lugares de memória e pesquisando mais a respeito.

Com base nos resultados deste estudo, é recomendável a realização de novas pesquisas que abordem o tombamento do Sobradinho como procedimento administrativo e política de salvaguarda, pelo qual o Poder Público poderá preservar o potencial patrimônio mediante ao interesse público social, em razão do vínculo que este possui com fatos históricos memoráveis e valor histórico-cultural, diligenciando garantir a permanência, a preservação, a valorização e a proteção desse bem cultural material.

REFERÊNCIAS

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República. Disponível em: http://www.planalto.gov. br/ccivil_03/Constituicao/Constituiçao. htm. Acesso em 07 de set. 2023

CAPONERO, Maria Cristina; LEITE, Edson. Interpretação Patrimonial: necessidade de diálogo entre educação e cidadania no Brasil. **Revista de Estudios Brasileños**, v. 7, n. 14, p. 19-33, 2020.

CHOAY, F. **A Alegoria do Patrimônio**. São Paulo: Editora Unesp, 2006.

LEMOS, Carlos Alberto Cerqueira. **O que é patrimônio histórico**. Brasiliense, São Paulo, 2017.

LONDRES, Cecília. O patrimônio histórico na sociedade contemporânea. **RIHGB, ano**, v. 166, p. 165-175, 2005.

MEIRA, Ana Lúcia Goelzer. Políticas públicas e gestão do patrimônio histórico. **História em Revista**, v. 10, n. 10, 2004.

MORAES, M. de.; FREITAS, L. B. A.; BENATTI, C. Interpretação patrimonial em Rio Brilhante no Mato Grosso Do Sul: Uma proposta para o Sobradinho (1914). **Anais do 17º Fórum Internacional de Turismo do Iguassu,** Foz do Iguaçu, 2023.

MURTA, S. M.; GOODEY, B. Interpretação do patrimônio para visitantes: Um quadro conceitual. In: MURTA, S. M.; ALBANO, C. (Orgs.). **Interpretar o patrimônio:** Um exercício do olhar. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

RIO BRILHANTE. Prefeitura Municipal. **História.** Disponível em: <https://riobrilhante.ms.gov.br>. Acesso em: 29 de nov de 2022.

RABELLO, Sonia. **O Estado na preservação de bens culturais: o tombamento**. Iphan, 2009.

TILDEN, F. **Interpreting our heritage.** Carolina do Norte: The University of North Carolina Press, 1967.

TOFFOLO, Regina; CARDOZO, Poliana Fabíula. Interpretação patrimonial como forma de valorização das edificações e o desenvolvimento turístico do município de Lapa (Paraná, Brasil). **Turismo e Sociedade,** v. 6, n. 4, 2013.

CAPÍTULO 8

PERCEPCIÓN DEL MALTRATO HACIA LAS PERSONAS MAYORES EN LOS SERVICIOS DE SALUD

Data de aceite: 02/10/2023

Ruelas González Maria Guadalupe
Instituto Nacional de Salud Pública.
https://orcid.org/0000-0002-9692-3509

Vargas Santillan Ma. De Lourdes
Centro Universitario UAEM Zumpango.
Universidad Autónoma del Estado de México.
https://orcid.org/0000-0002-9089-6423

RESUMEN: Objetivo: Analizar la percepción de maltrato en los servicios de salud, a partir de las personas mayores y personal de salud, para identificar barreras y proponer alternativas de solución en la mejor atención a las personas mayores maltratadas. Métodos: con datos del 2009 se realizó un estudio con metodología cualitativa, en una clínica de atención primaria en el municipio de Cuernavaca, estado de Morelos. Se realizaron 12 entrevistas semi-estructuradas a personas mayores y 16 a médicos y enfermeras de consulta externa. Resultados: La percepción del personal de salud y las personas mayores indica el maltrato tanto en los servicios de salud como en la familia, por falta de empatía, sensibilidad, comprensión y respeto. El personal de salud indica la problemática para atender las personas mayores debido a los problemas familiares y la mayor demanda de los servicios de salud. Las personas mayores señalan la imposibilidad de contar con su familia y los problemas por los que atraviesan los servicios de salud. Conclusión: es importante la concientización y capacitación del personal de salud, para brindar atención centrada en las necesidades de las personas mayores, así como empoderar a las personas mayores sobre sus derechos y concientizar a la sociedad sobre la importancia y necesidades de las personas mayores.
PALABRAS CLAVE: Persona Mayor, Personal De Salud, Maltrato Familiar, Maltrato Institucional, Violencia.

PERCEPTION OF MISTREATMENT TOWARDS ELDERLY INDIVIDUALS IN HEALTHCARE SERVICES.

ABSTRACT: The aim of this analysis is to examine the perception of mistreatment within healthcare services, focusing on the elderly population and healthcare personnel. The primary objective is to identify barriers that hinder optimal care for elderly individuals who have experienced mistreatment and to propose alternative

solutions to address this issue. Methodologically, utilizing data from 2009, a qualitative approach was employed to conduct a study at a primary care clinic located in the municipality of Cuernavaca, within the state of Morelos. Within this framework, a total of 12 semi-structured interviews were conducted with elderly individuals, alongside 16 interviews with medical professionals and nurses practicing in the outpatient setting. The findings revealed that both healthcare personnel and the elderly perceive the existence of mistreatment, both within the realm of healthcare services and within the family environment. The root of this issue appears to stem from a lack of empathy, sensitivity, understanding, and respect. Health professionals expressed challenges in providing care to the elderly population due to familial tensions and the increasing demand for medical services. On the other hand, the elderly participants noted the absence of familial support and emphasized the difficulties they encounter in accessing healthcare services. In conclusion, the importance of sensitizing and training healthcare personnel to offer an approach to care that addresses the specific needs of the elderly is underscored. Furthermore, advocating for the empowerment of this demographic in terms of their rights, while simultaneously raising awareness within society regarding the significance of tending to the unique needs of the elderly, is emphasized.
KEYWORDS: Elderly Individual, Healthcare Personnel, Family Mistreatment, Institutional Mistreatment, Violence.

INTRODUCCIÓN

El incremento de la población de personas mayores requiere profundizar en el conocimiento acerca de la percepción de sus necesidades. De acuerdo con el censo de población y vivienda, en el año 2022 las personas de 60 años y más representaron el 14% de la población total de México y se espera un incremento del 23% para el año 2050 (Kánter, 2021; INEGI-ENOEN, 2022).

Este progresivo incremento de personas mayores se presenta con cambios sociales, económicos, de salud y culturales, donde la discriminación por edad y la práctica de maltrato son manifiestas (Huenchuan, 2022).

La Organización Mundial de la Salud define al maltrato en las personas mayores como: "El maltrato a una persona de edad que consiste en un acto o varios actos repetidos que le causan daño o sufrimiento, o también la no adopción de medidas apropiadas para evitar otros daños, cuando se tiene con dicha persona una relación de confianza". El maltrato es violencia hacia la persona mayor y una violación de los derechos humanos. Los tipos de maltrato son "físico, sexual, psicológico o emocional y también, el maltrato por razones económicas o materiales; abandono; desatención; y del menoscabo grave de la dignidad y el respeto" (OMS, 2022). Todavía se desconoce la magnitud del problema, pero se sospecha que en los últimos años ha venido incrementándose y actualmente se prevé que puede ser mayor en las instituciones de salud y de asistencia social (OMS, 2017; 2022), así como en la familia (Huenchuan,2021).

Un metaanálisis realizado en 28 países de diferentes regiones describe una

prevalencia del 15.7% de personas mayores víctimas de violencia (Yon Y et al., 2017; 2019). En México, resultados de la ENSANUT 2012 mostraron una prevalencia de violencia de 15.1%, (Ruelas-González et al., 2016). La Encuesta sobre Salud y Experiencias de Vida de las Personas Adultas Mayores 2018-2020, realizada en dos Estados del país, señaló una prevalencia de maltrato de 19,5%. (Giraldo-Rodríguez, L., 2020).

El maltrato es un problema de salud pública por las graves consecuencias para la salud física y psicológica (Ruelas-González & Salgado De Zinder, 2009). La morbilidad y mortalidad asociadas al maltrato permiten que los servicios de salud puedan intervenir en la prevención, detección y atención. Así mismo, la complejidad del problema requiere de la participación de profesionales de diversos campos disciplinarios e implica cambiar el paradigma hacia a una perspectiva de derechos y de atención centrada en el paciente.

En México se cuenta con instrumentos como el Modelo Integrado para la prevención y atención de la violencia familiar y sexual (Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva, 2009) y con Guías de Práctica Clínica para la Detección y Manejo del Maltrato en los Adultos Mayores en el Primer Nivel de Atención (IMSS, 2013). Sin embargo, es necesario analizar la atención a las personas mayores maltratadas en los servicios de salud desde la perspectiva de los actores y en su propio contexto para proporcionar información a los tomadores de decisión y generar intervenciones que reduzcan los altos costos sociales y económicos. (Juan-Mercedes, Moguel-Ancheita, J. et al., 2013).

Con base en lo anterior, el objetivo de este estudio fue analizar la percepción del maltrato en la atención que se brinda a las personas mayores en los servicios de salud, a partir de la percepción del personal de salud y de las personas mayores, para identificar barreras y proponer alternativas de solución en la mejor atención a las personas mayores maltratadas.

MÉTODOS

Estudio realizado del año 200 del 2009 y diciembre 2018, con metodología cualitativa (Strauss A. & Corbin J., 2002). Se realizaron entrevistas semi-estructuradas como técnica para la obtención de la información.

Lugares de estudio

Se seleccionó al estado de Morelos y dentro del mismo al municipio de Cuernavaca y una clínica de atención primaria de la Secretaría de Salud.

Población de estudio y selección de informantes

Se llevó a cabo un muestreo por criterio de acuerdo con los perfiles de interés identificados:

a) Personal de salud: médicos y enfermeras de consulta de atención externa que atendieran a personas mayores y aceptaran participar.

b) Personas mayores: mujeres y hombres de 60 años o más, que asistieran a

consulta en los servicios de salud seleccionados, sin dificultad para escuchar y/o hablar y sin deterioro cognitivo, esto último evaluado mediante el Minimental State Examination (MMSE) (Folstein MF, Folstein SE,& McHugh PR, 1975).

Levantamiento de datos

Se realizaron 12 entrevistas a personas mayores y 16 entrevistas a personal de salud, con base en una guía de entrevista para cada uno. Los datos se agruparon para ser presentados en tres categorías: 1) Percepción de maltrato; 2) Situaciones en las que se puede dar el maltrato; 3) Acciones a tomar en los servicios de salud, en caso de maltrato. Todas las entrevistas fueron grabadas y transcritas y se realizó un análisis de contenido.

El estudio fue aprobado por las Comisiones de Ética y de Investigación del Instituto Nacional de Salud Pública. Se obtuvo autorización de directivos del sector salud para la realización del levantamiento de la información. Se efectuó consentimiento informado a las personas mayores y al personal de salud.

RESULTADOS PERSONAS MAYORES

La edad de los informantes osciló entre los 65 y 87 años, seis mujeres: dos eran viudas y vivían solas, tres no tenían compañero y vivían con sus hijos y una tenía compañero y vivía con sus hijos. Respecto a los hombres, cinco tenían compañera y dos de ellos vivían con sus hijos y uno no tenía compañera y vivía solo.

a) clínica de atención primaria de la Secretaría de Salud.

> *“Los hijos no se prestan para acompañarlo a uno, porque trabajan, porque tienen familia, tienen otras preocupaciones”.*
>
> *”…luego te acompañan [la familia] y tienen mucha prisa …….. pero en esto viene que lo dejan allá y no lo atienden y la persona está esperando a ver quién lo atiende y pues no … y solo son preocupaciones”.*

Por otra parte, consideran que, en los servicios de salud no son escuchados, les falta empatía y comprensión sobre sus problemas de salud:

> *“…No somos escuchados y luego ni siquiera nos ven”.*
>
> *“Sería bueno primero, este, hacer plática con esta persona ¿no?, para ver qué es lo que siente, qué es lo que quiere, o que necesita.”*
>
> *“Pero aquí el médico del…. dice, -lo que pasa es que no tenemos mucho tiempo-, luego entonces ni puede uno platicar con él.*
>
> *“Porque a veces nos rechazan o no nos tratan como deberían, -ahí espérese, todavía le falta- luego nos dicen.”*

b) En la familia, las personas mayores omiten informar el parentesco del posible agresor, o bien, expresan en tercera persona las acciones de agresión o de exigencia de alguien y por algo, sobre todo en situaciones cotidianas que tienen que realizar en casa:

"Bueno, ese día que nos dice uno, mira, apúrale ¿me vas a dar de almorzar o no? Eso siento que es maltrato."

"Luego…uno no se sienta bien del cerebro para estar… estar diciendo cosas que no lo debemos, no lo debemos de decir...no es cosa de estarle gritando, ni que me estén gritando"

2) Situaciones de maltrato

Las personas mayores consideran que son invisibles, porque la familia y la sociedad han naturalizado los problemas sin darse cuenta de sus necesidades, entre otros aspectos, debido a la pérdida del respeto que se les debe y porque nunca tienen tiempo, ni paciencia. Además, específicamente, respecto a la familia, se percibe un sentimiento de autoculpa:

"Le voy a decir, luego él trabaja… y deja todo tirado, y luego… dice… porque no lo levantaste… y se enoja… pues ya estoy cansada"

"Yo pienso, creo que no los eduque bien, me falto enseñarles la vida, la vida hacia los padres"

"Aquí [en los servicios de salud], si venimos, venimos con alguna molestia...¡enfermos!, nos la dan, [la consulta] para unos días después, a mí me ha pasado (…).

"Por mi parte he visto personas que a veces, salen por acá [en los servicios de salud] muy deprimidos, a la mejor no se supieron desahogar…o no supieron su problema"

3) Qué debe hacer el personal de salud ante el maltrato

Las personas mayores consideran que los servicios de salud pueden ayudar, a través de mejorar la relación médico paciente. Manifiestan que se podría hacer algo para ayudarlos, pero no identifican las instancias para notificar sus problemas.

"Tener algún lugar, de poner alguna queja del servicio que recibimos acá [en los servicios de salud]"

"Si, si hubiera una parte donde te pudieras quejar, sería muy bien, ¿verdad?, para que el adulto ahí se desahoga, dice esto, el otro, y de esa manera ahí se podría ver todo el maltrato que existe, del que hablábamos."

"Me gustaría que el médico que atiende a uno fuera… de que levante el ánimo pronto, que sintiera".

"Yo creo, que si les pagan mejor [al personal de salud], o que vayan a la escuela, que aprendieran como tratar a uno, porque si llegamos y el médico o la señorita está todo por allá con mala cara."

RESULTADOS PERSONAL DE SALUD

Se realizaron entrevistas a profesionales de la salud, ocho médicos y ocho enfermeras.

1) Percepción del maltrato

El personal de salud mencionó diferentes tipos de maltrato, indicando que el principal

corresponde al maltrato familiar psicológico. También manifiestan que se puede identificar en los servicios de salud. Piensan que el maltrato es infligido por cualquier persona sin importar su cultura, educación y nivel socioeconómico. La expresión de las acciones de maltrato es referida en tercera persona.

a) En los servicios de salud, el maltrato se manifiesta en acciones como no dar la persona mayor la atención que requiere, regañarlo o hablarle de forma golpeada y tratarlo de forma grosera:

> *"Por ejemplo, la forma que le hablan golpeado a la paciente, aquí nosotros tratamos de entender al paciente, pero sí, a veces vemos que le gritan y cuando nos dice que tienen dolor o alguna cosa, pues, tiene miedo en decirlo y también hay personal que no le da la confianza ¿verdad? sino le grita y pues ¡no!.. " (Enfermera).*

b) En la familia, el maltrato en las personas mayores conlleva serios problemas para los servicios de salud porque pierden las citas o se incrementa la demanda de servicios, Así mismo, debido a que la persona mayor se presenta o la traen descompensado, deshidratado o con problemas psicológicos y vulnerables.

> "…llegan solos, sin nadie que los acompañe y mal, mi compañero, me dijo, -ya ni la amuelan [los familiares] ¿qué se hace?.... Y de verdad, el paciente no traía sus laboratorios, no había tomado la metformina y creo que ningún medicamento. Ese paciente tenía que haber llegado al hospital".

2) Situaciones por las que se puede dar el maltrato

Los profesionales piensan que es la expresión de un ejercicio de poder e indicaron la falta de empatía, paciencia y de amor hacia las personas mayores.

Señalaron que el maltrato puede ser porque la persona mayor necesita de cuidados especiales por el detrimento de su salud o problemas físicos y psicológicos, por fragilidad, dependencia funcional y también por la carga del cuidador. Así mismo, porque ya no son económicamente activos, pero si causan erogaciones sobre todo por los medicamentos:

> *"Puede ser por un trastorno de ansiedad del cuidador, también maltratan por el desconocimiento, o bien, el ejercicio de poder sobre el débil". (Médico)*
>
> *"Aquí [en los servicios de salud], hay mucha demanda de atención, hace falta personal y aunque quieras llevar a cabo todos los programas, no se puede, trabajamos contra el tiempo".*

3) Acciones a tomar en caso de maltrato

Opinan que la víctima de maltrato familiar debe efectuar la queja, (aunque no especifican a dónde), pero consideran que las personas mayores no lo hacen, por temor, vergüenza o desprestigio.

> *"Yo creo que la persona que lo atiende debe preguntar, ¿cómo esta con su familia? ¿lo trata bien? (Enfermera)*

Por otra parte, ante el maltrato en la institución, se enfrentan a la disyuntiva de acusar a un compañero de trabajo:

“¿Cómo voy a acusar a mi compañero con el director?, ¡eso no es correcto!” (Enfermero)

DISCUSIÓN

El aporte de esta investigación se centra en identificar la percepción del maltrato en los servicios de salud, su riqueza estriba en profundizar en el conocimiento, a partir de la percepción de las propias personas que lo viven y lo atienden, proporcionando elementos que permitan eliminar barreras en la mejor atención de las personas mayores.

Al analizar las percepciones de los dos grupos de informantes en este estudio, se observa un problema para los servicios de salud, prevenir y atender tanto el maltrato familiar como el maltrato del personal de salud hacia las personas mayores. Aun, cuando se desconoce específicamente la magnitud del problema, la OMS indica la probabilidad, que el maltrato institucional pueda ser mayor al maltrato familiar (ONU, 2023)

Por otra parte, se puede advertir un desencuentro en las opiniones vertidas por parte de cada grupo. Mientras que el personal de salud plantea la necesidad de requerimientos para brindar una mejor atención, como el solicitar un acompañante de la persona mayor por los problemas de salud que padece. La persona mayor plantea la imposibilidad de contar con la familia. Esto puede obedecer a los cambios epidemiológicos, demográficos, sociales, culturales y económicos, así como los cambios en la estructura familiar (Huenchuan, 2021). Identificar y visibilizar el maltrato, permite dimensionar la magnitud del problema, sus causas y consecuencia, desentrañando la trama de sus interrelaciones.

Ambos grupos concuerdan en la necesidad de mayor empatía, sensibilidad, comprensión y respeto, por lo que es importante la concientización y capacitación del personal de salud, para brindar atención centrada en las necesidades de las personas mayores, así como empoderar a las personas mayores sobre sus derechos y concientizar a la sociedad sobre la importancia y necesidades de las personas mayores. (Martínez-Rodríguez, Díaz-Veiga, Rodríguez-Rodríguez & Sancho-Castiello, 2015)

Por otra parte, el personal de salud reconoce el maltrato hacia las personas mayores en la atención, pero no hace una auto reflexión y crítica de sus propias actitudes. En las personas mayores, se percibe un sentimiento de autoculpa por la falta de apoyo de su familia

La OMS en su estudio de prioridades para combatir el maltrato hacia las personas mayores rumbo a la Década de las Naciones Unidas del Envejecimiento Saludable 2021-2030, establece que la discriminación por edad o edadismo es la razón que invisibiliza este grave problema y un factor de riesgo, al igual que la vergüenza y la estigmatización (OMS, 2022).

El maltrato hacia las personas mayores causa daño a la persona que lo vive, pero también a la familia, comunidad y los servicios de salud. Es importante dar una respuesta

social organizada concreta y urgente, generando programas costo eficaces que incluyan la calidad de la atención en los servicios de salud para prevenir y atender la violencia hacia las personas mayores. No olvidemos que el fin último del sistema de salud es lograr el bienestar en salud para la población.

REFERENCIAS

Centro Nacional de Equidad de Género y Salud Reproductiva Secretaría de Salud. (2009). **Modelo Integrado para la Prevención y Atención de la Violencia Familiar y sexual**. Disponible en: http://cedoc.inmujeres.gob.mx/lgamvlv/13.pdf

Folstein, M. F., Folstein, S. E., & McHugh, P. R. (1975). **"Mini-mental state". A practical method for grading the cognitive state of patients for the clinician**. *Journal of Psychiatric Research*; 12(3), 189–198. https://doi.org/10.1016/0022-3956(75)90026-6

Giraldo-Rodriguez, Liliana. (2020). **Maltrato en la vejez: caracterización y prevalencia en la población mexicana.** *Notas de población.* Julio-diciembre. 119-145. https://doi.org/10.18356/338b1fce-es

Hirmas Adauy M, Poffald Angulo L, Jasmen Sepúlveda AM, Aguilera Sanhueza X, Delgado Becerra I, Vega Morales J. (2013). **Barreras y facilitadores de acceso a la atención de salud: una revisión sistemática cualitativa**. *Rev Panam Salud Publica;* 33(3):223–9. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/236932079_Health_care_access_barriers_and_facilitators_a_qualitative_systematic_review

Huenchuan S. (2021). **Envejecimiento, familias y sistemas de cuidado en América Latina.** En González D., Sosa Z. y Reboira L. (Eds.) *Las dimensiones del envejecimiento y los derechos de las personas mayores en América Latina y el Caribe Textos seleccionados 2009-2020.* Primera Edición. Pp. 251- 265. Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL.

Huenchuan S. (ed.). (2022). **Visión multidisciplinaria de los derechos humanos de las personas mayores** (LC/MEX/TS.2022/4), Ciudad de México, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Instituto Mexicano del Seguro Social. (2013). **Guía Práctica Clínica: Detección y manejo del maltrato en el Adulto Mayor en el Primer Nivel de Atención IMSS-057-08.** ISBN: 978-607-7790-98-3 Disponible en: http://evaluacion.ssm.gob.mx/pdf/gpc/grr/imss-057-08.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía INEGI- ENOEN. (2022). **Estadísticas A propósito del día internacional de las personas adultas mayores.** Comunicado de prensa núm. 568/22, 30 de septiembre de 2022. Disponible en: https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2022/EAP_ADULMAY2022.pdf

Juan, Mercedes, Moguel Ancheita, Alba, Valdés Olmedo, Cuauhtémoc, González Pier, Eduardo, Martínez González, Gabriel, Barraza Llorens, Mariana, Aguilera Aburto, Nelly, Trejo Rayón, Silvia, Soberón Acevedo, Guillermo, Frenk Mora, Julio, Ibarra Espinosa, Ignacio, Lee, Gabriel Manuell, Tapia Conyer, Roberto, Kuri Morales, Pablo, Noriega Curtis, Carlos, Cano Valle, Fernando, & Uribe Zúñiga, Patricia. (2013). **Universalidad de los servicios de salud en México.** *Salud Pública de México,* 55(spe), 1-64. Recuperado en 12 de agosto de 2023, de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342013000600001&lng=es&tlng=es.

Kánter Coronel, I. (2021). **Las personas mayores a través de los datos personales de 2020.** Mirada Legislativa No. 204 (junio). Instituto Belisario Domínguez, Senado de la República, Ciudad de México, 24p. Disponible en: http://bibliodigitalibd.senado.gob.mx/bitstream/handle/123456789/5295/ML_204.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Martínez Rodríguez, Teresa; Díaz-Veiga, Pura; Rodríguez Rodríguez, Pilar; Sancho Castiello, Mayte (2015). **"Modelo de atención centrada en la persona. Presentación de los Cuadernos prácticos."** Madrid, Informes Envejecimiento en red, no 12. [Fecha de publicación: 30/07/2015]. <http://envejecimiento.csic.es/documentos/documentos/enred-modeloatencioncuadernosmatia.pdf>

Montorio Cerrato, I., Márquez González, M., Losada Baltar, A., & Fernández De Trocóniz, M. I. (2003). **Barreras para el acceso a los servicios de intervención psicosocial por parte de las personas mayores.** *Psychosocial Intervention;* 12(3),301-324.[fecha de Consulta 11 de Agosto de 2023]. ISSN: 1132-0559. Recuperado de: https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=179818049004

Organización de las Naciones Unidas ONU. 2023. **Día Mundial de Toma de Conciencia del Abuso y Maltrato en la Vejez.** Boletín informativo en linea 15 de Junio 2023. Disponible en: https://www.un.org/es/observances/elder-abuse-awareness-day

Organización Mundial de la Salud OMS. (2022). **Abordar el abuso de las personas mayores: cinco prioridades para la Década de las Naciones Unidas para el Envejecimiento Saludable (2021-2030)**. Ginebra: Organización Mundial de la Salud; 2022. Licencia: CC BY-NC-SA 3.0 IGO

Organización Mundial de la Salud. (2017). **Aumenta el maltrato a las personas de edad: según la OMS, afecta a uno de cada seis ancianos.** Boletín informativo 14 de julio 2017. https://www.who.int/es/news/item/14-06-2017-abuse-of-older-people-on-the-rise-1-in-6-affected

Organización Mundial de la Salud. (2022). **Maltrato De Las Personas Mayores.** Boletín informativo 13 junio 2022. https://www.who.int/es/news-room/ fact-sheets/detail/abuse-of-older-people

Rodríguez T. (2013). **La atención centrada en la persona. Algunas claves para avanzar en los servicios Gerontológicos**. *Actas de la Dependencia*; 8:25-47. Disponible en: https://www.researchgate.net/publication/285868905_La_atencion_centrada_en_la_persona_Algunas_claves_para_avanzar_en_los_servicios_Gerontologicos

Ruelas González, M. G., & Salgado De Zinder, N. (2009). **Factores asociados con el auto-reporte de maltrato en adultos mayores de México.** *Revista Chilena De Salud Pública;* 13(2). Recuperado a partir de https://boletincorteidh.uchile.cl/index.php/RCSP/article/view/642

Ruelas-González, M.G., Duarte-Gómez, M.B., Flores-Hernández, S. et al. (2016). **Prevalence and factors associated with violence and abuse of older adults in Mexico's 2012 National Health and Nutrition Survey.** *Int J Equity Health* ; 15, 35. https://doi.org/10.1186/s12939-016-0315-y

Sánchez Martínez L. (2015). **Malos Tratos a las Personas Mayores: Percepción, Conocimientos y Barreras para la Detección.** [Tesis Doctoral] Universidad De Murcia Facultad de Medicina. Repositorio Institucional.

Strauss A, Corbin J. (2002). **Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada.** Medellín: Universidad de Antioquia.

Yon Y, Mikton CR., Gassoumis ZD., Wilber KH. (2017). **Elder abuse prevalence in community settings: a systematic review and meta-analysis.** *Lancet Glob Health*; Feb;5(2): e147-e156. https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/28104184

Yon, Y., Ramiro-Gonzalez, M., Mikton, C. R., Huber, M., & Sethi, D. (2019). **The prevalence of elder abuse in institutional settings: a systematic review and meta-analysis.** *European journal of public health*, 29(1), 58–67. https://doi.org/10.1093/eurpub/cky093

ANÁLISIS DE LA POBREZA EN EL ESTADO DE CAMPECHE MÉXICO. ÍNDICE 2020

Data de submissão: 13/09/2023 *Data de aceite: 02/10/2023*

Carlos Alberto Pérez Canul
Doctor en Ciencias de la Administración
Universidad Autónoma de Campeche
Av. Agustín melgar S/N Col. Buenavista, Campeche, México
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-7219-8912

Charlotte Monserrat Llanes Chiquini
Universidad Autónoma de Campeche
Av. Agustín melgar S/N Col. Buenavista, Campeche, México

Roger Manuel Patrón Cortés
Universidad Autónoma de Campeche
Av. Agustín melgar S/N Col. Buenavista, Campeche, México

Giselle Guillermo Chuc
Universidad Autónoma de Campeche
Av. Agustín melgar S/N Col. Buenavista, Campeche, México

Diana Concepción Mex Álvarez
Universidad Autónoma de Campeche
Av. Agustín melgar S/N Col. Buenavista, Campeche, México

Thania Tuyub Ovalle
Universidad Autónoma de Campeche
Av. Agustín melgar , Campeche, México

RESUMEN— La mayoría de las investigaciones sobre el desarrollo de México, nos muestran que el país ha sido regionalmente desequilibrado y la tendencia apunta a un agravamiento de esos desequilibrios en el futuro, por lo que frente a este panorama son los gobiernos estatales, las entidades educativas y los gobiernos municipales los que deben asumir una posición de liderazgo proactivo que permita combatir los problemas sociales en cada una de las regiones. Es hora de replantear la responsabilidad social en todas sus dimensiones y niveles, para mejorar de manera conjunta la competitividad y así mejorar la calidad de vida de los habitantes del país. Este documento presenta los resultados de la investigación "análisis de la pobreza en el estado de Campeche, México. Índice 2020" El cual propone un análisis de diversas variables que influyen en la medición de la pobreza, mediante el índice de Rezago Social (IRS) diseñado por el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) para determinar las asimetrías existentes en cada mu municipio del estado de Campeche, México

PALABRAS CLAVE—. Competitividad, Calidad de vida, Desarrollo Social.

ANALYSIS OF POVERTY IN THE STATE OF CAMPECHE MEXICO. INDEX 2020

ABSTRACT— Most of the research on the development of Mexico shows us that the country has been regionally unbalanced and the trend points to a worsening of these imbalances in the future, so that facing this scenario are the state governments, educational entities, and the municipal governments, which must assume a position of proactive leadership that makes it possible to combat social problems in each of the regions. It is time to rethink social responsibility in all its dimensions and levels, to jointly improve competitiveness and thus improve the quality of life of the country's inhabitants. This document presents the results of the research " Analysis of poverty in the state of Campeche Mexico. Index 2020" Which proposes an analysis of various variables that influence the measurement of poverty, through the Social Gap Index (IRS) designed by the National Council for the Evaluation of Social Development Policy (CONEVAL) to determine the existing asymmetries in each municipality. from the state of Campeche, Mexico.
KEYWORDS-. Competitiveness, Quality of life, Social Development.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes

Diversas investigaciones realizadas sobre el desarrollo económico de México, nos muestran que el país ha tenido un desarrollo regionalmente desequilibrado y la tendencia apunta a un agravamiento de esos desequilibrios en el futuro, por lo que frente a este panorama el gobierno federal, los gobiernos estatales y sobre todo los gobiernos municipales en conjunto con entidades educativas y otros actores de la sociedad deben asumir una posición de liderazgo proactivo que permita combatir los problemas sociales en cada una de las regiones.

En lo que se refiere a la medición de la pobreza, en cumplimiento de las disposiciones establecidas en la Ley General de Desarrollo Social (LGDS), el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) tiene la responsabilidad de informar las estimaciones de pobreza en México y para cada entidad federativa. La finalidad de esta información es proporcionar elementos para mejorar las políticas públicas tendientes a la superación de la pobreza en México. Al conocer el estado que guardan las dimensiones que conforman el fenómeno de la pobreza en México los órdenes de gobierno (federal, estatal y municipal) pueden identificar las áreas en las que se requiere redoblar los esfuerzos institucionales, así como las regiones del país donde es necesario fortalecer la atención prioritaria de la población en situación de pobreza o vulnerabilidad económica o social. (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2014)

Objetivo

El objetivo general de la investigación consiste en medir la pobreza de los municipios del estado de Campeche, con respecto al Índice de Rezago Social (IRS) del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) al año de 2020.

MARCO TEÓRICO

Conceptualización de la Pobreza

Para conceptualizar la pobreza se requiere definir quiénes son los pobres, se considera que primero se deben cuantificar los entes, característica o situación, para ello es imprescindible tener claro el concepto a medir, por lo que es necesario elegir el concepto de pobreza, pues ello condicionará el enfoque con el que se trabajará. El cuantificar la pobreza implica encontrarse entre las nociones de pobreza "absoluta" y "relativa", entre los enfoques "directo" e "indirecto" y entre las perspectivas "objetiva" y "subjetiva" (Ravallion , 2003). Vale la pena recordar que ningún método de identificación y agregación es por sí solo suficiente, por lo que el uso combinado de los mismos puede ser una opción más acertada para la cuantificación de la pobreza. (Ortiz & Ríos, 2013)

Una medida primaria de la pobreza es unidimensional, la cual consiste sencillamente en partir del umbral de pobreza y todas las personas que se encuentran debajo del umbral son pobres, con ello se obtiene una tasa de pobreza, la cual consiste en dividir el número de pobres en la sociedad, entre la población total. Generalmente se considera que esta medida es deficiente, pues no indica la proporción en que el ingreso de las personas está por debajo del umbral ni qué carencia es la más arraigada.

La pobreza es un fenómeno multidimensional que afecta la vida de las personas, niega la igualdad de oportunidades y las excluye de las actividades económicas, sociales y culturales de su comunidad. La pobreza se refleja no sólo en bajos niveles de ingreso, sino también en las precarias condiciones de vida de la población, es decir, en la imposibilidad de acceder a una alimentación adecuada, a servicios educativos, a servicios de salud, a fuentes formales de empleo, a una vivienda digna, a una pensión, entre otros aspectos. Esta situación puede propiciar que las familias y los individuos experimenten por varias generaciones condiciones de pobreza (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2014).

Para el CONEVAL (2014) la pobreza multidimensional implica que una persona se encuentra en situación de pobreza multidimensional cuando no tiene garantizado el ejercicio de al menos uno de sus derechos para el desarrollo social, y si sus ingresos son insuficientes para adquirir los bienes y servicios que requiere para satisfacer sus necesidades. (Ortiz & Ríos, 2013)

Para establecer una medida multidimensional de pobreza es necesario: i) definir el marco conceptual adoptado para su medición; ii) precisar la unidad de observación del estudio (individuo u hogar); iii) delimitar las dimensiones así como las variables e indicadores que las caracterizan; iv) establecer la importancia relativa de cada dimensión y, en consonancia, estipular los ponderadores de los indicadores; v) seleccionar los umbrales de pobreza (satisfacción mínima) tanto para cada dimensión como de manera global para la identificación de las personas que la padecen, es decir, quién es pobre según el punto

de vista multidimensional, y vi) especificar los métodos de agregación tanto dentro como por medio de las dimensiones. Además, y no menos importante, es necesario contar con la fuente de información que permita medir cada una de las dimensiones propuestas según el enfoque teórico adoptado (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2014)

Definición, identificación y medición de la pobreza en México.

En México, hasta antes de la promulgación de la Ley General de Desarrollo Social (LGDS) en 2004 y la creación del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) mandatado por ésta, la mayoría de los estudios sobre medición y análisis de la pobreza estaba basada en una perspectiva unidimensional, la cual utilizaba el ingreso como una aproximación del bienestar económico de la población. Con esta perspectiva, la identificación de la población en pobreza se realiza de manera indirecta, es decir, se contrasta el ingreso de las personas con una línea de pobreza que permite valorar si dicho ingreso es insuficiente para satisfacer sus necesidades y, por ende, determinar si la persona es pobre o no. (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2014)

El concepto y las mediciones de la pobreza han estado sujetos a una gran polémica, particularmente entre las visiones opuestas del enfoque biológico o de mera subsistencia y el de privación o pobreza relativa. Adoptar uno u otro tiene una enorme repercusión en los cálculos sobre la incidencia e intensidad de la pobreza e incluso sobre el signo de su evolución a lo largo del tiempo. (Boltvinik, 1997)

Detrás de las diferencias metodológicas y conceptuales, pero sobre todo detrás de la fijación de umbrales, subyacen diferencias ideológicas profundas. En términos generales puede decirse que la fijación de umbrales es un acto político. Como ha dicho Nancy Fraser, no hay mayor poder sobre otra persona que definir sus necesidades. La fijación de umbrales de pobreza bajos conlleva una concepción minimalista de las necesidades humanas, su reducción a niveles de subsistencia biológica, casi equiparables a las de los animales. Ello contribuye, además, a legitimar niveles salariales bajos y, por lo tanto, altas tasas de ganancia. Pero también cumple una función apologética del orden social existente. Mientras más bajos son los umbrales fijados, más baja es la incidencia de la pobreza. A partir de diagnósticos en los que una fracción reducida de la población es identificada como pobre, se puede conceptualizar la pobreza como un fenómeno marginal o residual, susceptible de ser abatido mediante políticas y programas especiales, es decir, sin tener que modificar la política económica vigente. Umbrales más altos, que resultan en incidencias de la pobreza mucho mayores, obligan a poner en duda las políticas económicas vigentes. Las mediciones de pobreza suelen interpretarse como un juicio sobre las bondades del orden social. De ahí la enorme carga ideológica que conllevan (Boltvinik, 1997).

Bajo el entendido de que la pobreza es un fenómeno multidimensional cuyas

causas centrales van más allá del ingreso y se relacionan con carencias vitales que los pobres enfrentan, entre las más recurrentes están las relacionadas con la falta de acceso al empleo formal, a la educación y servicios de salud; la vulnerabilidad que presenta ante situaciones de crisis; la exclusión y la falta de voz y participación social, por lo que la metodología de análisis deberá incluir en enfoques tanto cuantitativo como cualitativo. En este contexto, la ciudad de México, como capital del país y cuya primacía se ha mantenido desde principios del siglo XX hasta nuestros días, su población ha sido testigo del deterioro de las condiciones de vida en una urbe cuya capacidad de generar empleo de calidad, bien remunerado, es cada vez más limitada para una amplia mayoría; esta coyuntura favorece la desigualdad social y la presencia de los nuevos pobres urbanos quienes han sido poco estudiados debido a que el interés del Estado se ha enfocado, principalmente, al medio rural (Padilla, 2011).

METODOLOGÍA

Enfoque.- El estudio presenta un enfoque cuantitativo basado en mediciones numéricas y análisis estadístico que establecen patrones de comportamiento.

Tipo.-El estudio es descriptivo, ya que únicamente pretende medir información de manera conjunta sobre las variables de referencia.

Participantes en el estudio

Universo y muestra. - Los participantes de este fueron la totalidad de los municipios en el estado de Campeche (12). Cabe aclarar que no se considera el nuevo municipio de Dzitbalché, ya que fue oficialmente elevado a este rango en 2021 y por lo tanto no se cuenta con información del índice.

Instrumento. La metodología y el instrumento fue desarrollado por el CONEVAL para la medición del índice de rezago social (IRS). El manejo de datos tiene por propósito la comprobación de una o varias variables del objetivo de la investigación.

Metodología. En el documento *Los Mapas de Pobreza en México*, junto con su anexo estadístico y geográfico, se dan a conocer los resultados de las estimaciones realizadas por el CONEVAL para la medición multidimensional de la pobreza a nivel estatal y municipal. Los mapas muestran dos medidas de carencias: la pobreza por ingresos y el índice de rezago social. Estas mediciones se construyeron a partir de los indicadores que marca la Ley General de Desarrollo Social y que deben ser considerados en la definición, identificación y medición de la pobreza.

El Índice de Rezago Social

La construcción del índice de rezago social tiene como intención cumplir con tres criterios básicos:

En primer lugar, se consideró la oportunidad de la información, incorporando la información disponible acorde a los indicadores de pobreza y a los niveles de desagregación

que marca la Ley y de la información disponible.

En segundo lugar, se seleccionó una base de datos cuya estructura permitiera obtener indicadores en los niveles de agregación de localidades, municipal, estatal y nacional. Sobre la base de estos dos primeros criterios se decidió utilizar la base de datos

En tercer lugar, se optó por la técnica estadística de componentes principales ya que permite resumir en un indicador agregado las diferentes dimensiones del fenómeno en estudio.

Para la construcción del índice de rezago social se consideraron los siguientes indicadores:

- Educativos.
- Acceso a servicios de salud.
- Calidad y espacios en la vivienda.
- Servicios básicos en la vivienda.
- Activos en el hogar.

El índice resultante permite ordenar las unidades de observación (localidad, municipio, estado) según sus carencias sociales. Además, esta técnica es la misma que utiliza CONAPO para la construcción del índice de marginación El Índice de Rezago Social se construye como una suma ponderada de los diferentes indicadores. Para su construcción se utilizan como ponderadores los coeficientes de la primera componente. El índice es estandarizado de tal forma que su media sea cero y su varianza unitaria.

De esta forma se crearon cinco estratos que son: muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto rezago social, y que dan la idea de grupos de localidades, municipios y estados que van de aquellos que muestran un menor a una mayor carencia en los indicadores que conforman el índice, respectivamente. (Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social, 2014)

RESULTADOS

De acuerdo con la metodología establecida para la medición del rezago social (IRS) del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) para el año 2020 se presentan los siguientes resultados:

CLAVE DEL MUNICIPIO	MUNICIPIO	ÍNDICE DE REZAGO SOCIAL	GRADO DE REZAGO SOCIAL	LUGAR QUE OCUPA EN EL CONTEXTO NACIONAL
04001	Calkiní	-0.427612	Bajo	1,453
04002	Campeche	-1.144640	Muy bajo	2,314
04003	Carmen	-0.922415	Muy bajo	2,080
04004	Champotón	-0.446059	Bajo	1,472
04005	Hecelchakán	-0.453318	Bajo	1,481
04006	Hopelchén	0.036244	Bajo	986
04007	Palizada	-0.312180	Bajo	1,327
04008	Tenabo	-0.344090	Bajo	1,369
04009	Escárcega	-0.379536	Bajo	1,404
04010	Calakmul	0.317074	Medio	727
04011	Candelaria	0.414902	Medio	649
04012	Seybaplaya	-0.699509	Bajo	1,776

Tabla 1 Resultado del índice de rezago social (IRS) para el estado de Campeche. Índice 2020

La tabla 1 nos indica los resultados del Índice de Rezago social (IRS) para el año 2020, sin embargo, cabe señalar los cinco estratos que son: muy bajo, bajo, medio, alto y muy alto rezago social, y que dan la idea de grupos de localidades, municipios y estados que van de aquellos que muestran un menor a una mayor carencia en los indicadores que conforman el índice, es decir que menores carencias son negativos y en dicha escala si se tiene mayores carencias más aumentaran los números positivos en la escala.

Como se observa en la tabla 1, los municipios están ordenados por la clave del municipio, que se otorga de manera cronológica a su reconocimiento como municipio, sin embargo podemos visualizar según los resultados obtenidos por el CONEVAL para el estado de Campeche y considerados para el presente estudio, se tiene que los resultados de los primeros lugares en menor rezago social son el municipio de Campeche, el más competitivo siendo la cabecera del estado y ubicándose el municipio del Carmen en el segundo lugar, lo cual no resulta una sorpresa debido a la dinámica económica que le deja a la localidad la industria petrolera. Los últimos sitios del IRS son ocupados por Calakmul (11) y Candelaria en el último puesto (12). Cabe recalcar que para el índice 2015 , los primeros lugares fueron los mismos municipios de Campeche y Carmen que obtuvieron los primeros lugares en muy bajo rezago social y el municipio de Calakmul fue el último lugar.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos en la medición del IRS para el año 2020 confirman el

grado de rezago social existente en el estado de Campeche, con lo que surge la necesidad de proponer e implementar políticas públicas que permitan incrementar la competitividad en la región y por ende incrementar el nivel de vida de la población, establecer políticas públicas contra la pobreza apoyaría en una mejoría tanto en el nivel de vida como en la competitividad, sobre todo en los municipios en donde el índice de rezago social nos demuestra las carencias de los habitantes de dichos municipios. Se observa que la cabecera del estado ha mantenido muy bajo rezago social en los últimos 5 años y se mantiene junto con Carmen como los municipios con menor pobreza del estado.

REFERENCIAS

Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. (2014). MEDICIÓN MULTIDIMENSIONALDE LA POBREZA EN MÉXICO. *El Trimestre Económico*, 5-42.

Boltvinik, J. (1997). Diversas visiones sobre la pobreza en México. Factores determinantes. *Política y cultura*, 115-135.

CONAPO. (20 de agosto de 2011). *CONAPO.* Obtenido de www. conapo.gob.mx el 10 de agosto de 2017.

INEGI. (1995). *Indicadores de competitividad de la economia mexicana.* Aguascalientes: Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática.

Ortiz, G. J., & Ríos, B. H. (2013). La Pobreza en México, un análisis con enfoque multidimensional. *Análisis Económico, XXVIII*(69), 189-218.

Padilla, I. V. (2011). Pobreza y segregación territorial en la ciudad de México. *Revista Geográfica de América Central*, 1-14.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2007). *Índice de competitividad social.* México: NA.

Ravallion , M. (2003). The Debate on Globalization, Poverty and Inequality:Why Measurement Matters. *International affairs, 79*(4), 739-753.

CLIMA ORGANIZACIONAL SOBRE LA SATISFACCIÓN LABORAL EN LOS EMPLEADOS QUE PERTENECEN AL STEUABJO ESTUDIO DE CASO: CAMPUS CU EN EL PERIODO 2019-2021

Data de aceite: 02/10/2023

Rubén Emmanuel Méndez Hernández
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca (UABJO) Avenida Universidad s/n Colonia 5 Señores

RESUMEN: La rápida y acelerada transformación de las estructuras sociales es un tema que ha cobrado vital importancia en el mundo entero. Los cambios se presentan en todos los ámbitos; en las relaciones políticas y comerciales entre los países, en las relaciones laborales y sociales, en los enfoques de los negocios, en el papel que juegan los gobiernos, en los roles de los diferentes géneros y grupos sociales, en la educación, en el tamaño y composición de la población y en el modo de relacionarse con el medio ambiente. El clima organizacional describe los efectos subjetivos percibidos del sistema formal, la subsistencia y eficaz funcionamiento de toda organización depende de su capacidad para detectar los cambios oportunamente y de su flexibilidad para reaccionar ante ellos en forma apropiada, a través de las adecuaciones de sus estrategias y objetivos para llegar a la satisfacción laboral.
Su finalidad es mejorar el conocimiento de los problemas y temas conductuales, identificando las habilidades que los gerentes deben aprender ayudándoles a adquirir y utilizar mejor la eficiencia organizacional y el bienestar del ser humano. A esta especialidad se le da el nombre de Desarrollo Organizacional. La presente Investigación tiene como objetivo evaluar el clima organizacional y la satisfacción laboral del personal administrativo en la UABJO, para detectar los factores prevalecientes en la organización. La investigación se realizó por medio de la aplicación del cuestionario elaborado por Koys y De Cottis (1991) y para medir la satisfacción laboral se desarrolló un instrumento basado en los cuestionarios S21/26 (1990) y el S4/82 (1986) de Meliá *et al* (1990), utilizando el Alfa de Cronbach (1951); que es un coeficiente que sirve para medir la fiabilidad de una escala de medida
PALABRAS CLAVE: Clima organizacional, satisfacción laboral, eficiencia organizacional, desempeño, bienestar del ser humano. .

ORGANIZATIONAL CLIMATE ON JOB SATISFACTION IN EMPLOYEES BELONGING TO THE STEUABJO CASE STUDY: CAMPUS CU IN THE PERIOD 2019-2021

ABSTRACT: The rapid and accelerated transformation of social structures is an issue that has become vitally important worldwide. Changes occur across the board; in political and commercial relations between countries, in labor and social relations, in business approaches, in the role that governments play, in the roles of different genders and social groups, in education, in size and composition of the population and in the way of relating to the environment. The organizational climate describes the perceived subjective effects of the formal system, the subsistence and effective functioning of any organization depends on its ability to detect changes in a timely manner and on its flexibility to react appropriately to them, through the adjustments of its strategies and objectives to achieve job satisfaction. Its purpose is to improve knowledge of behavioral problems and issues, identifying skills that managers must learn, helping them to better acquire and use organizational efficiency and human well-being. This specialty is called Organizational Development. The objective of this research is to evaluate the organizational climate and the job satisfaction of the administrative staff at UABJO, to detect the prevailing factors in the organization. The research was carried out through the application of the questionnaire prepared by Koys and De Cottis (1991) and to measure job satisfaction, an instrument was developed based on the Meliá questionnaires S21 / 26 (1990) and S4 / 82 (1986) et al (1990), using Cronbach's Alpha (1951); which is a coefficient that serves to measure the reliability of a measurement scale
KEYWORDS: Organizational climate, job satisfaction, organizational efficiency, performance, human well-being

1 | INTRODUCCION

El desarrollo organizacional es una disciplina que busca impulsar la eficiencia organizacional, a través de una buena relación trabajador-empresa y del mejoramiento de la calidad de vida del trabajador para lograr mayor rentabilidad e influir de modo proactivo en la orientación estratégica de la empresa (Garzón, 2005). Esta disciplina se vale de los conocimientos y métodos de las ciencias de la conducta para ayudar a las empresas a crear la capacidad de cambiar y mejorar su eficiencia.

En este sentido, el desarrollo organizacional se centra en darle a las empresas la capacidad de evaluar y mejorar su funcionamiento. Además, los conflictos son hechos de la vida organizacional donde nacen diversas fuentes identificables, tiene consecuencias más y buenas a la vez y es susceptible de una administración comprensiva y hábil.

El origen del clima organizacional está en la sociología, en donde el concepto de organización dentro de la teoría de las relaciones humanas enfatiza la importancia del hombre en su función del trabajo y por su participación en un sistema social. Define el clima organizacional como el resultado de la forma como las personas establece procesos de interacción social y donde dichos procesos están influenciados por un sistema de valores, actitudes y creencias, así como también de su ambiente interno (Méndez, 2006).

La modernización del Estado es una necesidad urgente en la cual todos los sectores sociales y políticos están de acuerdo, esto significa e implica la modernización de la gestión de cada una de las organizaciones públicas, instaurando avances en materia de modernización y profesionalización en la administración del Estado y en la dirección pública. Dentro de esta línea, el presente trabajo de investigación ha tenido como objetivo elaborar y validar un instrumento de medida del Clima Organizacional y de la Satisfacción Laboral en grupos de trabajo de una Institución Pública.

2 I MATERIALES Y METODOS

Esta investigación quiere elaborar y validar los instrumentos para medir las variables del clima organizacional y de la satisfacción laboral en trabajadores administrativos de la UABJO. La investigación es un conjunto de procesos sistemáticos, críticos y empíricos que se aplican al estudio de un fenómeno Hernández *et al*. (2010). Para lograr el objetivo se procedió a la aplicación de una escala de medición para clima organizacional de Koys y De Cottis (1991), y para medir la satisfacción laboral se desarrolló un instrumento basado en los cuestionarios S21/26 (1990) y el S4/82 (1986) de Meliá *et al.* (1990).

Los resultados muestran que el instrumento para medir clima organizacional y Satisfacción laboral tiene una fiabilidad adecuada (mayor de 0,9), lo que implica que todos los ítems realmente se relacionan con el mismo rasgo y además hay diferencias claras entre los sujetos en ese rasgo común a los ítems. En conjunto las correlaciones entre ambos tipos de variables, de clima organizacional y de satisfacción laboral, confirman la validez de las subescalas de clima pues estas relaciones responden a hipótesis muy plausibles. El mismo estudio nos dará las pautas para continuar el análisis.

La puntuación directa de una persona en un test no es directamente interpretable si no la referimos a los contenidos incluidos en el test o al rendimiento de las restantes personas que comparten el grupo normativo, es una referencia a escalas preestablecidas. Se centró en este segundo sentido el tema de la interpretación de una puntuación directa en un cuestionario, para lo cual es necesario tratar el tema de la obtención para comparar esta puntuación con las que obtienen las personas que han formado el grupo normativo. De una u otra forma, los baremos consisten en asignar a cada posible puntuación directa un valor numérico (en una determinada escala) que informa sobre la posición que ocupa la puntuación directa (y por tanto la persona que la obtiene) en relación con los que obtienen las personas que integran el grupo normativo donde se bareman las pruebas Abad *et al*. (2006).

Autonomía. La percepción de auto determinación con respecto a los procedimientos de trabajo, metas y prioridades. Cohesión. La percepción de buena unión o el compartir dentro de la organización, inclusive la buena voluntad de los miembros en ofrecer ayuda material. Confianza. La percepción de libertad para comunicarse abiertamente con

los miembros de alto nivel de la organización sobre cuestiones sensibles o personales, con la expectativa que la integridad de tales comunicaciones no será violada. Presión, la percepción del tiempo exigido con respecto al término de la tarea y padrones de desempeño. Apoyo. La percepción de la tolerancia del comportamiento de los miembros superiores, incluyendo la buena voluntad para permitir tener conocimiento de sus errores sin miedo a la represalia. Reconocimiento. La percepción de que la contribución del miembro es reconocida por la organización. Imparcialidad. La percepción que las prácticas organizacionales son equitativas y no arbitraria o caprichosa. Innovación. La percepción del cambio y la creatividad son encorajadas, inclusive el risco considerado dentro de nuevas áreas o áreas donde el miembro tiene pequeña experiencia o no tiene experiencias previas. Koys y De Cottis (1991), subrayan además que para que cualquier dimensión pueda ser incluida en la medida de Clima Organizacional se ha de establecer tres reglas importantes:

1) Que sea una medida de percepción.

2) Que sea una medida descriptiva de las actividades.

3) No puede ser un aspecto organizacional o de la estructura organizacional.

Estas reglas ayudan en el arreglo de la confusión entre clima y cultura, además de contribuir para distinguir las medidas de Clima Organizacional de otras medidas organizacionales. Las caracterizas sugeridas por Koys y De Cottis (1991), son comprendidas en la concepción de clima psicológico. La aplicación inicial del cuestionario fue designada para evaluar la consistencia de las escalas y la relación entre ellas. Este cuestionario demostró tener una consistencia razonable. No obstante, los autores deseaban tener mayor consistencia en el instrumento por lo que se decidió usar el cuestionario inicial en un estudio experimental para verificar los efectos del Clima Organizacional sobre la Satisfacción Laboral y con ello mejorar el cuestionario.

Los objetivos por desarrollar un cuestionario fueron:

1) Reducir la superposición de la escala del Clima.

2) Incrementar la claridad conceptual de las variables.

3) Agregar nuevas escalas basadas en los aspectos Clima Organizacional y Satisfacción laboral.

En este proceso de mejoramiento de cuestionario, las variables se separaron, se conformó por catorce variables con un total de veinte y ocho ítems. El investigador que en Ciencias usa cuestionarios, se basa tácitamente en la Teoría Clásica del Test, cuyos supuestos, poco realistas, con frecuencia se violan, y conducen a evaluar deficientemente la fiabilidad y la validez del instrumento (Batista y Coenders, 2000). Este estudio se inicia con los grupos de trabajadores administrativos. Con estos datos se analizan las relaciones del clima organizacional y la satisfacción laboral con los resultados obtenidos por los miembros de los grupos. Cuando se trata de conocer la realidad, se trata de medir y de

esclarecer determinados elementos importantes de su contenido empírico, en función de las premisas que nuestra fantasía científica juzgue convenientes (Ballina, 2001).

Desde los inicios del Clima Organizacional, los investigadores se han esforzado en diseñar instrumentos que permitan medir el clima de una organización (Brunet, 2014). Señala que poco importa el cuestionario que el especialista en administración utilice para evaluar el clima de su organización, primordialmente deberá asegurarse de que el instrumento de medición cubra por los menos las ocho dimensiones siguientes: autonomía, cohesión, confianza, presión, apoyo, reconocimiento, equidad e innovación.

La investigación es una actividad social que pretende contribuir al campo de conocimientos del área que le es propia, pero que, en esencia, busca comprender una realidad y ayudar a resolver problemas sociales, (Calderón y Castaño, 2005). Dado que la presente investigación tiene por objeto conocer el ambiente laboral de una Institución Publica de Educación Superior y aunque existen instrumentos elaborados, estos no se emplearan puestos que solo señalan la relación entre los directivos y los docentes, dejando de lado el Personal Administrativo, además los instrumentos con estas características asumen y definen variables distintas, ya que se tratan de facetas, matices o dimensiones diferentes de unas pocas realidades del trabajo y de las organizaciones.

En este sentido, en la presente investigación se utilizará la teoría de Clima Organizacional de Koys y De Cottis (1991), considerando que se utiliza la perspectiva porcentual o enfocada al individuo y fue una de las teorías precursoras en esta área del conocimiento. Además, esta considera una gama amplia de dimensiones en contraste con otros autores, lo cual permitirá conocer de manera más específica el ambiente laboral, por medio del cuestionario elaborado por José L. Meliá *et al* (1990), para detectar el Clima Organizacional y la Satisfacción Laboral. El cuestionario elaborado por José Meliá tiene un alto grado de confiabilidad con el alfa de Cronbach 0.915.

El clima organizacional parece afectar positivamente o negativamente a la existencia de cierto tipo de interacciones entre los miembros de una organización. Imagine trabajar en un ambiente laboral en donde todos los empleados tienen una opinión en los asuntos que afectan directamente su día de trabajo, (Dygert, 2013). El presente estudio es transversal del tipo correlacional. El estudio es transversal puesto que el cuestionario para conocer la percepción del Clima Organizacional y Satisfacción Laboral de los trabajadores del STEUABJO se administró en un solo momento. Es importante que se tenga conocimiento del contexto donde se llevará a cabo la investigación, de manera que pueda tenerse idea o conocer los elementos de los cuales se obtendrá la información requerida para el desarrollo de la investigación (Bernal, 2010).

A un sujeto se le puede preguntar que se sitúe en una escala de 1 a 5 (de nada a mucho) en una serie de rasgos o actitudes personales: conservador, extravertido, religioso, partidario de una determinada opción política, aficionado a la ópera, etc. Con frecuencia es lo más conveniente o al menos es lo suficiente, sobre todo cuando no se pretende obtener

una información muy precisa sobre cada sujeto en particular (por ejemplo, para hacer un diagnóstico individual). A veces el medir actitudes (u otros rasgos psicológicos) con una sola pregunta es muy útil como medida complementaria de instrumentos más complejos (Morales, 2010). Esta y muchas otras interrogantes son necesidades frecuentes en las organizaciones, desafortunadamente la mayoría de las veces se construye respuestas intuitivas y se toma decisiones basadas en percepciones subjetivas (Robbins y Coulter, 2005).

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula de tamaño muestral para intervalos para proporción poblacional.

$$n = \frac{z^2(\pi)(1-\pi)}{(error)^2} \qquad n= \frac{1.96^2(.5)(1-.5)}{(.05)^2} \qquad n = \frac{3.8416(0.25)}{.0025} = 384.16 \cong 385$$

Por tanto, con un 95% de confianza y un error de.05, se obtuvo que el tamaño de la muestra será un total de 386.

Estadísticos total-elemento

	Media de la escala si se elimina el elemento	Varianza de la escala si se elimina el elemento	Correlación elemento-total corregida	Alfa de Cronbach si se elimina el elemento
Tomo mi propia decisión en mi trabajo	59,85	247,186	,408	,914
Organizo mi propio trabajo	59,92	243,178	,658	,911
Existe compañerismo.	59,69	238,640	,580	,911
Existe el espíritu de trabajo en equipo	59,46	233,571	,745	,908
Existe confianza con mi jefe.	59,36	234,026	,677	,909
Mi jefe tiene principios.	59,59	240,511	,605	,911
Me saturan de trabajo y no tengo tiempo	59,28	248,892	,254	,917
Sufro de estrés por el trabajo.	59,08	252,862	,107	,920
Mi jefe es flexible.	59,56	242,200	,518	,912
Mi jefe alienta el desarrollo profesional.	59,28	242,050	,522	,912
Mi jefe alienta mi trabajo.	59,26	237,354	,610	,911
Soy señalado cuando hay algo mal	58,79	248,062	,218	,918
El trato siempre es justo.	59,36	235,762	,597	,911
Los objetivos son alcanzables.	59,72	242,418	,528	,912
Soy animado a desarrollar mis ideas.	59,72	249,839	,316	,915
Soy libre de hacer diferente mi trabajo.	59,82	244,677	,536	,912
Siempre circula la información.	59,18	234,151	,675	,909
Siempre existe la colaboración y ayuda.	59,62	239,559	,731	,910
Hay iluminación en el lugar de trabajo.	59,69	240,903	,449	,914
Hay ventilación en el lugar de trabajo.	59,46	245,097	,331	,916
Me satisface mi trabajo.	60,10	237,147	,629	,910
Los objetivos y metas se deben alcanzar	59,95	245,576	,516	,913
Existe la igualdad y justicia.	59,28	229,945	,703	,909
Se cumple los convenios.	59,03	236,499	,580	,911
Mis superiores están satisfechos. .	59,62	239,559	,650	,910
Me gusta ser dirigido.	59,21	243,167	,438	,914
El salario que usted recibe.	58,13	241,536	,396	,915
Sus condiciones laborales.	59,31	238,324	,542	,912

Tabla 1. Análisis de la consistencia interna de las puntuaciones del instrumento de medida

Fuente: Elaboración propia, realizada a partir de los resultados en SPSS 26

3 I RESULTADOS

La teoría del Clima Organizacional y Satisfacción Laboral fundamentan el alcance de las ventajas competitivas sostenibles a través de la combinación de los recursos intangibles y las capacidades organizativas. En relación a la ventaja competitiva se establece por medio de la actuación conjunta de los recursos humanos. La percepción humana respecto a las prácticas, políticas y procedimientos de la organización, es una aliada indispensable en la adecuada gestión de los recursos humanos para la obtención del éxito. El clima organizacional y la satisfacción laboral son caracterizados simultáneamente como actividades intangibles e intangibles generativos. La excelencia de los procesos internos es caracterizada como un intangible explotable.

El diagnóstico y monitorización de la percepción de los empleados respecto al clima organizacional son de máxima importancia para el direccionamiento de la empresa en la obtención de sus objetivos estratégicos. Las prácticas gerenciales y la conducta del líder, aspectos que pueden ser observados en las de encuestas de clima organizacional, son indispensables para generar los cambios organizacionales necesarios para la implementación y ejecución de la estrategia empresarial. El éxito en la estrategia empresarial, desde el que se establece en la literatura, está relacionado a la mejora de los procesos internos que por su vez afecta a la satisfacción del cliente y en consecuencia el desempeño. El clima de trabajo positivo y la maximización del nivel de satisfacción de los empleados están directamente relacionados con la mejora de los procesos internos.

El desarrollo del instrumento de clima organizacional propuesto en esta investigación tiene dimensiones que se coadyuvan con características necesarias para la implementación de la estrategia empresarial que se presentan inidentificadas en la literatura del cuadro de mando integral en la perspectiva aprendizaje y crecimiento. El cuestionario de clima organizacional propuesto tiene características psicométricas satisfactoria de fiabilidad y validez para su puesta en práctica. Su utilización permite el reconocimiento, por parte de los directivos, del activo humano respecto de las prácticas y procedimientos desarrollados por la organización en los aspectos inherentes al estilo de gerencia, reconocimiento, autonomía, cohesión, confianza, presión, apoyo, reconocimiento, equidad e innovación.

El proceso utilizado para reducir el conjunto inicial de ítems y el ajuste por la solución factorial exploratoria apuntan evidencias preliminares de la validez factorial del instrumento. Sin embargo, se torna necesario, para la obtención de evidencias definitivas de este tipo de validez, el uso de análisis factorial.

4 I CONCLUSIONES

Es preciso valerse del desarrollo organizacional ya que este busca impulsar la eficiencia organizacional. Al ser un esfuerzo planificado que emplea las intervenciones aplicando el conocimiento de las ciencias de la conducta para influir de modo proactivo en

la orientación estratégica de la organización, para encausar las acciones que permitan el mejoramiento del clima organizacional.

Las características psicométricas de fiabilidad y validez del instrumento de clima organizacional, además de los resultados comprobatorios de la unidimensionalidad del mismo, permiten agregar sus ítems en una puntuación final que indica en qué nivel se encuentra el clima organizacional de los trabajadores. Las dimensiones que menos contribuyen para el éxito en la gestión de la estrategia, de acuerdo con la percepción de los colaboradores de lo investigado, son recompensa e innovación, lo que sugiere una mayor atención por parte de los directivos para estos dos atributos del ambiente laboral, pues si no hay recompensa vinculada al desempeño individual, el alineamiento organizacional se demuestra comprometido y en consecuencia la innovación.

Se sugiere la posible existencia de un punto crítico en la dimensión de cultura evaluada, por debajo del cual a la organización le resulta más difícil adoptar con éxito estas variables. Esto podría deberse a que unos valores mínimos de consideración y respeto hacia el personal suponen la base para la confianza en la dirección, confianza que se traduce en asumir que el cambio va a implicar consecuencias negativas para los empleados. También se apunta que una integración de grupo por encima de dicho punto crítico combinada con una mínima consideración hacia los miembros de la organización en el sentido de que supere también un determinado valor pueden causar una predisposición positiva hacia el cambio, debido por una parte a que dicha cohesión social estimule la cooperación para lograr el objetivo grupal que supone la adopción de un sistema de calidad y de alto rendimiento al trabajo.

Para la puesta en práctica de la literatura se sugiere a la organización ponga énfasis en un clima organizacional que favorezca los siguientes aspectos: la motivación, la iniciativa individual, un clima de apoyo e innovación, un diseño de plan de incentivos y la retribución de acuerdo con las expectativas de los trabajadores, una política de participación en la toma de decisiones. Desde mi punto de vista, una de las más importantes aportaciones de este trabajo es el intento de poner orden dentro del caos existente en el campo de estudio que relaciona el clima organización con la satisfacción laboral, campo de estudio interdisciplinar que como lo he señalado, la adopción de sistemas de calidad es un terreno casi exclusivamente ocupado por profesionales mientras que el clima organizacional, es principalmente estudiado desde la antropología, la sociología y la psicología.

Para conseguir dicho orden se ha realizado una revisión exhaustiva de los diversos factores, desde el punto de vista psicosocial, que ha sido señalado como base del éxito. Centrándose para el estudio empírico en las dimensiones de clima organizacional señalada en el marco teórico, pero incluyendo también otros aspectos relacionados no menos importantes, cuyos límites con el clima organizacional resultan en muchas ocasiones confusas. Como resultado de ello un amplio rango de factores han sido evaluados y contrastados para determinar su influencia en el éxito de la satisfacción laboral. Además,

el énfasis del papel de los líderes en su actuación para los cambios organizacionales necesarios para el desarrollo de la estrategia empresarial. En este contexto, el instrumento de clima organizacional propuesto puede suministrar informaciones relevantes para que los directivos actúen favorablemente a la estrategia de la información.

Teniendo en cuenta que las respuestas al cuestionario de clima organizacional fueron provenientes de la percepción de los colaboradores, se podría hacer un análisis del clima organizacional con las dimensiones evaluadas en esta investigación, por una parte, desde la manera que lo perciben los directivos. Por medio de esta evaluación, se podría diagnosticar y analizar en qué medida estos grupos, considerando la forma que demuestren su grado de acuerdo o desacuerdo en relación a las dimensiones investigadas, puede interferir en la puesta en práctica de las estrategias, al mismo tiempo que se puede utilizar formas de potenciar uno u otros valores para los grupos, de forma direccionada, que se consideran importantes para el desarrollo con éxito de la estrategia empresarial.

Es una aportación de este trabajo el estudio de la relación entre el clima organizacional y la satisfacción laboral, debido a que no existe registro alguno de que se haya hecho dicha evaluación por parte de sus consultores, la evaluación que se lleva a cabo es la de calidad por desempeño. Consideremos no obstante que sería interesante para la investigación futura, aunque probablemente muy difícil, poder evaluar una aproximación de calidad desde diversos puntos de vista: la opinión personal, de evaluadores expertos en calidad ajenos a la directiva, que no tengan ningún vínculo con la misma. Los resultados de este trabajo se han obtenido a partir de un censo y en un centro de trabajo específico, el que no permite su generalización. Esto sugiere que la investigación empírica sea aplicada a muestras más grandes y en otros contextos. La validación de un test se manifiesta como una acumulación gradual de evidencias que sustente determinadas inferencias.

El presente trabajo de investigación tiene una serie de implicaciones interesantes para el proceso de introducción de sistemas de gestión de calidad. Ya se señaló en las conclusiones de tener cautela especial en aquellas percepciones de equidad, reconocimiento, lo primero que esto implica es la necesidad de que sean evaluadas estas variables psicosociales previamente a la introducción de un enfoque de mejora de calidad, es decir que exista una evaluación de clima organizacional y otras variables psicosociales previa a la implantación. Algunos profesionales especializados en la adopción de sistemas de calidad posiblemente ya realicen algún tipo de evaluación en este sentido, pero en general no es una práctica habitual y merece por tanto resaltarse la conveniencia de su realización. Una vez efectuado dicho diagnostico o evaluación de estas variables y en el caso de que las puntuaciones obtenidas estén por encima del punto crítico señalado, tres de una escala de Likert de 1 a 5, se podría comenzar la adopción del enfoque de calidad. Si las puntuaciones obtenidas en algunas de las variables estuvieran por debajo de dicho punto crítico.

Sería necesario planificar una implantación del sistema de calidad de acuerdo con

los déficits encontrados, es decir, sería necesario desde mi punto de vista intentar paliar algunas de las carencias encontradas antes de comenzar la adopción propiamente dicho del sistema de calidad o al mismo tiempo que se va introduciendo. Esto podría llevarse a cabo y de acuerdo por lo señalado por Schneider y Reichers (1983), a través de un cambio en las prácticas, procedimientos y rutinas que demuestren un cambio en el sentido propuesto. Es necesario señalar, no obstante, la dificultad de llevar adelante estos cambios, que implicaran mucho tiempo y esfuerzo, y que no se podrán realizar si no hay un cambio sincero en los principios y valores de los distintos niveles directivos, ya que de lo contrario la incoherencia entre lo que cree y lo que se hace acabara saliendo a la luz y siendo más contraproducente que beneficiosa.

Será conveniente además un ajuste de las expectativas de la dirección, respecto a la adopción del sistema, ajuste de expectativas que impedirán que estas sean demasiado optimistas y que se experimente una decepción posterior que no contribuirá más que al desánimo de los miembros de la organización y a consecuencias asociadas al mismo. Poca información y formación contribuyen a incrementar las resistencias de los miembros de la organización hacia un nuevo sistema de calidad, cambiando las prácticas habituales por nuevas que demuestren la voluntad de la dirección de hacer las cosas de una manera distinta. Al establecer que el proceso de validación es un proceso sin fin, se torna procedente obtener líneas múltiples de evidencia empírica provenientes de diferentes fuentes o métodos, lo que posibilitara futuras constataciones de hipótesis relativas a la validación del constructo del constructo “clima organizacional”, objeto de estudio de este trabajo.

REFERENCIAS

[1] *Koys, D., y De Cottis, T. Inductive Measures of Psychological climate (1991). Human Realations.*

[2] *Meliá, J., Pradilla, J., Marti, N., Sancemi, M., Oliver, A., y Tomas, J. Estructura factorial, fiabilidad y validez del cuestionario de satisfacción S21/S26.(1990). Revista de Psicológia Universitas Tarraconensis .*

[3] *Cronbach, L. J. Coefficient alpha and the internal structure of test.(1951). Psychometrika*

[4] *Garzón, C. M. A. Propuesta de Modelo intraemprendedor para la innovación en las organizaciones perdurables.(2005). Bogotá, Colombia: Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España .*

[5] *Méndez, Á. C. E.. Transformación cultural en las Organizaciones.(2006). Bogota, Colombia: Universidad del Rosario.*

[6] *Hernández S. R., Fernández C. C., y Baptista L. P. Metodología de la Investigación. México. (2010) Mc Graw Hill.*

[7] *Abad, F., Garrido, J., Olea, J., y Posonda, V. Introducción a la psicometría, Teoría clásica de los test y teoría de la respuesta al ítem (2006). Madrid. Universidad Autónoma de Madrid.*

[8] *Batista F. J., y Coenders, G. Modelos de ecuaciones estructurales. Modelo para el análisis de relaciones causales(2000). Madrid: La Muralla.*

[9] *Ballina, R. F. Teoría de la administración: un enfoque alternativo (2001). México: Universidad Autónoma de México.*

[10] *Brunet, L. El clima de trabajo en las organizaciones (2014). México: Trillas.*

[11] *Calderón H, G., y Castaño D, G. A. Investigación en Administración en América Latina (2005). Colombia: EDIGRAFICAS.*

[12] *Dygert, C. Culturas organizacionales triunfadoras y rentables (2013). México: Panorama.*

[13] *Bernal, C. Metodología de la investigación (2010). México: Pearson.*

[14] *Morales, V. P. Construcción de escalas de actitudes tipo Likert (2010). Madrid: La Muralla.*

[15] *Robbins, S. P., y Coulter, M. Como explicar y prevenir el comportamiento (2005). México: Pearson Educación.*

[16] Schneider, B., y Reichers, A. *On the antology of climates .* (1983). Personner Psychology .

CAPÍTULO 11

LA COMERCIALIZACIÓN DE PLANTAS DE ORNATO EN EL SUR DEL ESTADO DE MÉXICO

Data de aceite: 02/10/2023

Felipe de Jesús González Razo
Unidad Académica Profesional Tejupilco-Universidad Autónoma del Estado de México. C. Leopoldo Flores Valdés s/n, Col. Rincón de Aguirre, Tejupilco, México. C. P. 51412. Tel. 724 2675437, ext. 124.

José Luis Morales Hernández
Unidad Académica Profesional Tejupilco-Universidad Autónoma del Estado de México. C. Leopoldo Flores Valdés s/n, Col. Rincón de Aguirre, Tejupilco, México. C. P. 51412.

José Luis Tinoco Jaramillo
Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia–Universidad Nacional Autónoma de México. Ciudad Universitaria, Av. Universidad #3000, Colonia, C.U., Coyoacán, C. P. 04510 Ciudad de México

RESUMEN: El presente estudio analiza el proceso de comercialización de las flores de ornato en envase o contenedor, en el municipio de Tejupilco, sur del Estado de México y el impacto económico que genera dicha actividad entre los principales agentes participantes; el año de referencia de la investigación fue el 2021; el estudio se basó en la especie más comercializada en la región, la rosa (*Rosa sp.*). Se identificaron los principales canales de comercialización que siguen las plantas desde su salida en el invernadero hasta su llegada al consumidor final y se calcularon, a precios corrientes, los márgenes de comercialización resultantes durante todo el proceso. El canal de comercialización tradicional empleado para llevar las plantas ornamentales desde el invernadero hasta el consumidor final fue la venta directa del productor a los intermediarios mayoristas, de éste a los detallistas y al consumidor final. La participación de los productores en el precio final de las rosas fue en promedio del 60.47%; los acopiadores participaron con el 29.07% y los detallistas con el 10.21%; el margen de comercialización total promedio fue de 10.58 $/planta, del cual los acopiadores consiguieron el mayor margen promedio con 8.65 $/planta, mientras el restante 1.93 $/planta se lo adjudicaron los detallistas.

PALABRAS CLAVE: Plantas ornamentales, comercialización, márgenes de comercialización.

THE COMMERCIALIZATION OF ORNAMENTAL PLANTS IN THE SOUTH OF THE STATE OF MEXICO

ABSTRACT: The present study analyzes the process of commercialization of ornamental flowers in containers, in the municipality of Tejupilco, south of the State of Mexico, and the economic impact that this activity generates among the main participating agents; the reference year of the research was 2021; the study was based on the most commercialized species in the region, the rose (*Rosa sp.*). The main marketing channels followed by the plants from the moment they leave the greenhouse until they reach the final consumer were identified, and the resulting marketing margins were calculated at current prices throughout the entire process. The traditional marketing channel used to bring ornamental plants from the greenhouse to the final consumer was direct sales from the producer to wholesale intermediaries, from the producer to retailers and to the final consumer. The participation of the producers in the final price of the roses was an average of 60.47%; collectors participated with 29.07% and retailers with 10.21%; the average total marketing margin was 10.58 $/plant, of which collectors achieved the highest average margin at 8.65 $/plant, while the remaining 1.93 $/plant was awarded to retailers.
KEYWORDS: Ornamental plants, marketing, marketing margins.

INTRODUCCIÓN

La producción mundial de planta y flor se ha extendido en los últimos años, con numerosos centros productivos localizados en países en desarrollo, que abastecen de forma regular a los grandes consumidores (Gámez et al., 2017).

De acuerdo con la Asociación Internacional de Productores Hortícolas (AIPH, 2022), los principales países productores de plantas y flores producidas bajo condiciones de invernadero durante el año 2020 fueron China, con 843,518 ha (el 72.40% de la producción mundial), lo cual le genera 9,130 millones de euros, Estados Unidos (139,596 ha), Italia (19,484 ha), Alemania (18,613 ha) y Holanda (17,190 ha).

En México, la producción de plantas ornamentales tiene una gran importancia de tipo ambiental, cultural, económico y social; ya que de dicha actividad depende el bienestar de muchos pequeños productores en el país, a pesar de no representar un producto básico como los granos, las frutas y las hortalizas.

De acuerdo con Xia et al. (2006), México es un país ideal para el cultivo de la floricultura comercial, dada su diversidad de climas y su variada flora natural; a pesar de poseer un clima y una geografía adecuados, además de una abundante mano de obra y de bajo costo, México aún no se ha dado cuenta de su potencial como exportador de flores, ni ha aprovechado sus diversos acuerdos comerciales, ya que la producción está dirigida principalmente al mercado local en lugar de los mercados internacionales; es así como, aproximadamente el 90% de la producción se consume al interior del país durante celebraciones, festividades y la vida cotidiana (Pizano 1997).

En nuestro país, se aprovechan más de 1,000 especies y variedades, ocupando una

superficie de alrededor de 20,000 ha, sólo el 0.1% de la superficie del país, distribuidas en 20 estados de la república y generando de ocho a 12 empleos por hectárea permanentes beneficiando alrededor de 150 mil familias, lo cual generó casi 6 mil millones de pesos, el 1.5% del valor del sector agrícola nacional (SIAP-SAGARPA, 2013). Dicha actividad es de gran importancia en el sector agrícola mexicano, debido al alto valor por la variedad de flores de corte, follaje, plantas y árboles que son comercializados a nivel nacional e internacional (Gámez et al., 2017).

De acuerdo con datos del SIAP-SEDER (2022), durante el periodo 2015-2020, se produjeron en nuestro país, un promedio de 10.33 millones de gruesas de plantas ornamentales, creciendo dicha actividad a un ritmo del 4.82%, durante dicho periodo. Destaca el cultivo de crisantemo con el 30.36% de la producción total, seguido de la rosa (25.21%), la gladiola (14.68%) y el clavel (11.60%); respecto a la derrama económica, en conjunto generó un valor comercial promedio superior a los 1,860 millones de pesos, durante el mismo lapso.

Los principales estados productores de plantas de ornato, durante el periodo 2015-2020, fueron el Estado de México, con el 74.15% de la producción nacional, seguido de Puebla (9.50%), Morelos (4.70%) y Veracruz (4.41%).

En este sentido, en el Estado de México, la producción de plantas de ornato, durante el periodo 2015-2010, creció a un ritmo promedio del 5.04%, superior al registrado a nivel nacional; las principales especies cultivadas, fueron el crisantemo con un promedio de 10.17 millones de gruesas, lo cual representó el 40.33% de la producción total en la entidad, seguido por la rosa, con el 26.38% del total y el clavel con el 14.46%.

Dentro del estado de México, para el año 2021, se produjeron 10.12 millones de gruesas de crisantemo; los principales municipios productores fueron Villa Guerrero, con el 65.74% de la producción total de la entidad, Tenancingo (18.47%) y Coatepec Harinas (10.47%), pertenecientes todos al DDR de Coatepec Harinas; el DDR de Tejupilco, ubicado en el sur del estado, participó con el 3.10% de la producción estatal (314 gruesas).

Por su parte, la producción de rosas fue de 7.42 millones de gruesas, destacando el DDR de Coatepec Harinas con el 97.76% del total en le entidad, destacando los municipios de Villa Guerrero, con el 52,87%, Tenancingo (25.41%) y Coatepec Harinas (12.43%); respecto a esta especie, la producción en el DDR de Tejupilco no fue representativa.

De esta manera, la producción de plantas ornamentales en la región sur del Estado de México se desarrolla como una actividad de pequeños huertos familiares, lo cual representa un ingreso complementario a las familias de escasos recursos; en este sentido, Juan y Madrigal (2005), señalan que las familias de la región siempre disponen de espacios pequeños donde cultivan y cuidan plantas herbáceas en macetas y otros recipientes, las cuales les proporcionan diversos beneficios.

Dichos huertos familiares, operan como pequeños viveros los cuales producen diversas especies de flores ornamentales, entre las que sobresalen la rosa (*Rosa sp.*),

el tulipán mexicano (*Hibiscus rosa-sinensis*), el geranio (*Pelargonium spp.*), el lirio (*Lilium longiflorum*) y las teresitas (*Catharanthus roseus*), las cuales adquieren relevancia como plantas comercializables en envase o en contenedor.

Acorde con lo anterior, la SGARPA (2005), señalaba, como objetivo primordial del plan rector del sistema producto ornamentales, identificar los factores que determinan la competitividad en cada uno de los eslabones que conforman el sistema, así como promover el desarrollo de la actividad, impulsando la creación de un entorno favorable que permita a los productores de flores y plantas de ornato, así como contar con las condiciones necesarias para dignificar y ampliar su derecho a realizar libremente su actividad, así como propiciar su desarrollo integral para que este se refleje en un mayor bienestar para ellos y sus familias.

En este sentido, la producción flores ornamentales se ha constituido como una actividad importante en la región, así como una fuente importante en la generación de empleo e ingreso para las familias de escasos recursos, así como un aliciente de crecimiento económico y comercial en la región sur del Estado de México.

Bajo este contexto, resulta importante analizar la situación que presenta la comercialización de las flores ornamentales en el sur del Estado de México, específicamente en el municipio de Tejupilco, a fin de detectar la principal problemática que presenta la actividad en sus diferentes etapas, para posteriormente poder emitir juicios de opinión y alternativas de solución.

METODOLOGÍA

El presente trabajo se desarrolló durante el año 2021, lapso durante el cual se recabó la información de campo; se realizó un muestreo por intención (Cochran, 1984), se aplicaron encuestas semi estructuradas a cinco productores de plantas de rosa en envase o contenedor, especie que es la más comercializada en el municipio de Tejupilco, Estado de México, los cuales representan el 50% de los productores totales asentados el municipio, seis acopiadores, tres detallistas y 20 consumidores. El objetivo de las encuestas consistió en recabar información referente a los agentes participantes, costos de comercialización, volúmenes y precios corrientes de compra y venta, elementos que apoyaron en la determinación de los márgenes de comercialización.

SISTEMAS DE CÁLCULO

De acuerdo con García et al. (1990), para calcular los márgenes de comercialización se cuenta con dos sistemas: el directo y el indirecto; el sistema más idóneo es el directo, el cual consiste en: a) seguir lotes estadísticamente representativos de los productos agrícolas, desde que salen de la finca hasta que llegan al consumidor final, b) registrar los costos y precios que se van originando en el trayecto del producto por los distintos agentes

participantes y c) delimitar la investigación a lotes representativos del movimiento de los productos, usando el muestreo estadístico para seleccionar los segmentos a estudiar, con el intención de que los resultados puedan considerarse como una estimación de los márgenes verdaderos.

El sistema de cálculo directo suministra información muy completa para el cálculo de los márgenes totales y sus componentes, sin embargo, el procedimiento es muy complicado y costoso. En la presente investigación se utilizó el método directo, ya que es más veraz y confiable respecto al cálculo y análisis de la información obtenida.

INFORMACIÓN UTILIZADA

La información referente a los precios de compra y venta se obtuvieron directamente de los agentes participantes en el proceso de comercialización; dicha información fue ponderada por los volúmenes de compra y venta de las plantas, con lo cual se obtuvieron sus precios reales.

PROCEDIMIENTO DE ESTIMACIÓN

Para la estimación de los márgenes de comercialización es de suma importancia vigilar que en todo el proceso la información utilizada sea comparable, es decir, que se refiera a la misma unidad y calidad de los productos, en este caso de las plantas.

De esta manera, el margen absoluto total de comercialización (M) se calcula por diferencia entre el valor del producto (planta), en consumo (Pc) y el valor corregido en producción (Pp) más los costos de comercialización en que se incurre durante el proceso (CC); es decir, M = Pc – Pp – CC.

En este sentido, un margen de comercialización se refiere a la diferencia entre el precio de venta de una unidad de producto por un agente de comercialización y el pago realizado en la compra de la cantidad de producto equivalente a la unidad vendida. Además, los márgenes están constituidos por una serie de componentes correspondientes a los distintos costos y beneficios de los agentes, tales como el valor en pesos del trabajo utilizado, del transporte, de los materiales, envases y embalajes utilizados, la publicidad, la depreciación, los impuestos, los beneficios, intereses, alquileres y otros costos, los cuales se denominan costos de comercialización (CC) (García et al., 1990).

Por lo tanto, el margen bruto de comercialización (MBC), expresado en porcentaje, se define como la diferencia entre el precio por planta pagado por el consumidor final y el precio por planta recibido por el productor. El análisis de los MBC tiene como objetivo determinar su magnitud en las distintas etapas de la comercialización, según el tipo de agente participante, así como la distribución del ingreso entre sus actores (Acuña, 1980; citado por Vilavoa et al., 2010); el MBC se calcula en relación con el precio final o precio pagado por el último consumidor y se expresa en términos porcentuales; así, el: MBC =

[(PC - PP) / PC] x 100, donde: PC representa el precio al consumidor y PP el precio al productor (Mendoza, 1987).

COSTOS DE COMERCIALIZACIÓN

En el cálculo de los márgenes de comercialización se determinaron como componentes de los costos de comercialización (CC), en los cuales incurrieron los diferentes agentes participantes, a la mano de obra directa, los costos de acarreo, la energía eléctrica, el agua, la depreciación de la maquinaria y equipo, el almacenamiento, los gastos administrativos, la mano de obra indirecta y otros costos diversos (González et al., 2019).

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

SISTEMA DE PRODUCCIÓN

El sistema de producción de las plantas de ornato en el municipio de Tejupilco, Méx., está caracterizado por pequeños huertos familiares, que a modo de pequeños viveros, cultivan flores de ornato, así como plantas de uso medicinal y decorativo para los hogares de la región; lo cual es acorde con lo señalado por Juan y Madrigal (2005), en la región existen pequeños huertos que en promedio no rebasan los 755 m^2, donde se cultivan diversas especies de plantas arbustivas de uso alimenticio, medicinal y ornamental, las cuales proporcionan diversos beneficios; dichas unidades de producción son manejadas por las familias, para las cuales representa una fuente importante de ingresos, los cuales son complementados con el desarrollo de otras actividades productivas. Las principales especies de flores producidas en dichos espacios son principalmente plantas con un alto valor comercial tales como las rosas, los tulipanes, los geranios, los lirios y las teresitas, las cuales tienen una gran demanda, principalmente durante la conmemoración de festividades y en la temporada de replantación y establecimiento de los jardines en los hogares, en el periodo de lluvias.

AGENTES Y CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Los agentes participantes en el proceso de comercialización de las plantas de rosa en envase o contenedor, en el municipio de Tejupilco, México, son: los productores, los acopiadores, los detallistas y los consumidores finales.

El canal de comercialización tradicional que siguen las plantas desde su salida del vivero hasta el consumidor final es: productor → acopiador, el cual se realiza por el 60% de los agentes participantes en el proceso.

Asimismo, un 20% de los agentes realizan la siguiente alternativa de dicho canal:

productor → detallista → consumidor final y otro 20% efectúan el canal: productor → consumidor final (Diagrama 1).

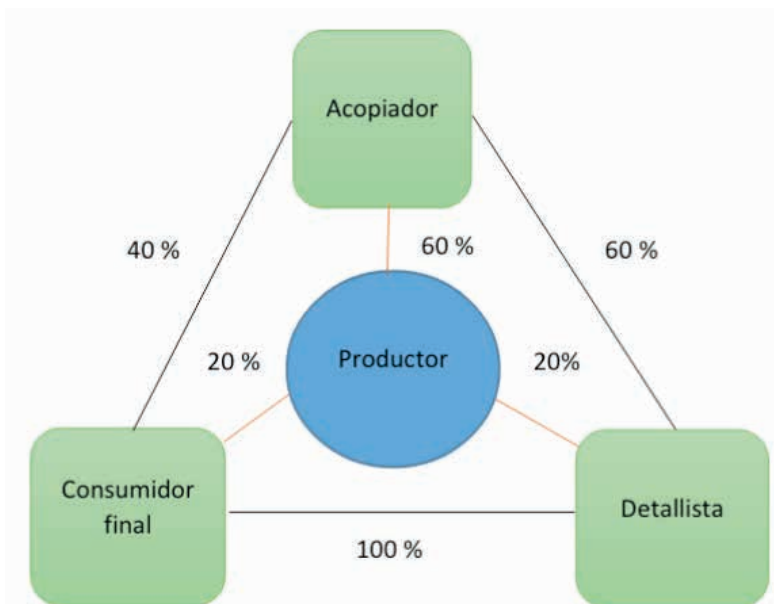



Diagrama 1. Principales agentes participantes en la cadena de comercialización de las plantas ornamentales en el sur del Estado de México

Fuente: Elaboración propia con base a información de campo.

PRECIOS DE VENTA

Respecto a los precios de venta alcanzados por los diferentes agentes participantes en el proceso de comercialización de las plantas de rosa en envase, sobresalen los detallistas, quienes registraron un precio promedio de venta de 32.31 $/planta, le siguieron los acopiadores con 29.00 $/planta, mientras que los productores obtuvieron un precio de 19.61 $/planta.

En lo concerniente a la participación en el precio final de venta de las plantas, los productores registraron la mayor contribución con el 60.71%, le siguieron el acopiador con el 29.07% y los detallistas con el 10.22%.

El precio de venta más alto registrado por los productores, acopiadores y detallistas de las plantas de rosa, se alcanzó en el mes de mayo, el cual coincide con las festividades del día de las madres, fecha en la cual se acostumbra a regalar dicha especie e incrementa la demanda de esta (Tabla 1).

Mes/Agente	Productor ($/planta)	Part. (%)	Acopiador ($/planta)	Part. (%)	Detallista ($/planta)	Part. (%)
Enero	19.50	60.47	28.80	28.84	32.25	10.70
Febrero	19.50	59.82	28.80	28.53	32.60	11.65
Marzo	19.50	60.52	28.80	28.86	32.22	10.62
Abril	19.50	62.87	28.80	29.98	31.02	7.15
Mayo	20.79	60.23	31.21	30.16	34.53	9.61
Junio	19.50	59.80	28.80	28.52	32.61	11.68
Julio	19.50	59.78	28.80	28.51	32.62	11.71
Agosto	19.50	60.22	28.80	28.72	32.38	11.06
Septiembre	19.50	60.20	28.80	28.71	32.39	11.09
Octubre	19.50	60.33	28.80	28.77	32.32	10.90
Noviembre	19.50	62.61	28.80	29.86	31.15	7.53
Diciembre	19.50	61.69	28.80	29.42	31.61	8.88
Promedio	**19.61**	**60.71**	**29.00**	**29.07**	**32.31**	**10.22**

Tabla 1. Participación de los diferentes agentes en el precio de venta

Fuente: Elaboración propia con base en información de campo.

MARGEN BRUTO DE COMERCIALIZACIÓN

Para determinar el margen bruto de comercialización (MBC) se considera el precio final o precio pagado por el último comprador y se expresa en términos porcentuales; de esta manera, el MBC reveló que por cada peso que pagó el consumidor final al adquirir una planta de rosa en contenedor, los intermediarios obtuvieron el 39.29% de dicho precio, esto es 12.70 $/planta; por su parte, los productores consiguieron el 60.71% del precio total pagado por el consumidor, es decir, 19.61 $/planta. Los intermediarios registraron los mejores márgenes brutos de comercialización durante los meses de mayo, febrero, junio y julio (Tablas 2, 3 y 4).

Mes/Agente	Productor	Detallista	Margen (MBC) (%)
	Precio de venta ($/planta)	Precio de venta ($/planta)	
Enero	19.50	32.25	39.53
Febrero	19.50	32.60	40.18
Marzo	19.50	32.22	39.48
Abril	19.50	31.02	37.13
Mayo	20.79	34.53	39.77
Junio	19.50	32.61	40.20
Julio	19.50	32.62	40.22
Agosto	19.50	32.38	39.78
Septiembre	19.50	32.39	39.80
Octubre	19.50	32.32	39.67

Noviembre	19.50	31.15	37.39
Diciembre	19.50	31.61	38.31
Promedio	**19.61**	**32.31**	**39.29**

Tabla 2. Cálculo del margen bruto de comercialización (MBC)

Fuente: Elaboración propia con base en información de campo.

Respecto a la utilidad bruta total (MBC) registrada durante todo el proceso de intermediación (39.29%), los acopiadores registraron el mejor margen de comercialización, ya que por cada planta de rosa en envase vendida, obtuvieron $9.39 de utilidad, esto es, el 29.07% de la utilidad bruta, el margen más alto se obtuvo en el mes de mayo (10.41 $/planta); en este sentido, los detallistas alcanzaron un MBC de 3.31 $/planta, que representa el 10.22% de la utilidad bruta total, alcanzando el margen más alto en el mes de julio con 3.82 $/planta (Tablas 3 y 4).

Acopiador a Detallista	Precio al Acopiador	Precio al Productor	Precio al Consumidor Final	MBC (%)	MBC ($/planta)
Enero	28.80	19.50	32.25	28.84	9.30
Febrero	28.80	19.50	32.60	28.53	9.30
Marzo	28.80	19.50	32.22	28.86	9.30
Abril	28.80	19.50	31.02	29.98	9.30
Mayo	31.21	20.79	34.53	30.16	10.41
Junio	28.80	19.50	32.61	28.52	9.30
Julio	28.80	19.50	32.62	28.51	9.30
Agosto	28.80	19.50	32.38	28.72	9.30
Septiembre	28.80	19.50	32.39	28.71	9.30
Octubre	28.80	19.50	32.32	28.77	9.30
Noviembre	28.80	19.50	31.15	29.86	9.30
Diciembre	28.80	19.50	31.61	29.42	9.30
Promedio	**29.00**	**19.61**	**32.31**	**29.07**	**9.39**

Tabla 3. Márgenes brutos de comercialización en la intermediación

Fuente: Elaboración propia con base en información de campo.

Detallista a Consumidor Final	Precio al Consumidor	Precio al Acopiador	Precio al último consumidor	MBC (%)	MBC ($/planta)
Enero	32.25	28.80	32.25	10.70	3.45
Febrero	32.60	28.80	32.60	11.65	3.80
Marzo	32.22	28.80	32.22	10.62	3.42
Abril	31.02	28.80	31.02	7.15	2.22
Mayo	34.53	31.21	34.53	9.61	3.32
Junio	32.61	28.80	32.61	11.68	3.81
Julio	32.62	28.80	32.62	11.71	3.82
Agosto	32.38	28.80	32.38	11.06	3.58
Septiembre	32.39	28.80	32.39	11.09	3.59
Octubre	32.32	28.80	32.32	10.90	3.52
Noviembre	31.15	28.80	31.15	7.53	2.35
Diciembre	31.61	28.80	31.61	8.88	2.81
Promedio	**32.31**	**29.00**	**32.31**	**10.22**	**3.31**
Total				**39.29**	**12.70**

Tabla 4. Márgenes brutos de comercialización en la intermediación

Fuente: Elaboración propia con base en información de campo.

MÁRGENES TOTALES DE COMERCIALIZACIÓN

Respecto al margen total promedio registrado durante todo el proceso de comercialización de las plantas de rosa en envase, en el municipio de Tejupilco, Méx., fue de 10.58 $/planta; los acopiadores, lograron el mayor margen con 8.65 $/planta; el restante 1.93 $/planta se lo adjudicaron los detallistas; los más altos márgenes totales (absolutos) de comercialización se alcanzaron en los meses de mayo y julio, con 11.61 $/planta y 11.00 $/planta, respectivamente; por su parte, los márgenes totales más bajos se registraron en los meses de abril (9.40 $/planta) y noviembre (9.53 $/planta).

Los acopiadores obtuvieron el mejor margen durante el mes de mayo, con 9.67 $/planta, lo cual coincide con la mayor demanda del producto motivado por las festividades del día de las madres; en este tenor, los detallistas consiguieron mejores márgenes durante los meses de julio y junio con 2.44 $/planta y 2.43 $/planta, respectivamente, lo cual coincide con el periodo de lluvias y origina una mayor demanda de plantas para el trasplante y repoblamiento en los jardines de los hogares de la región; en este sentido, los menores márgenes se registran en los meses de abril (0.84 $/planta) y noviembre (0.97 $/planta), meses en los cuales el estiaje y el frío merman la producción y la demanda de planta (Tabla 5).

Mes	Margen 1 Productor a Acopiador				Margen 2 Acopiador a Detallista				Margen Absoluto Detallista a Productor			
	PC	CC	PV	M	PC	CC	PV	M	PC	CC	PV	M
Ene	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	32.25	2.07	19.50	2.12	32.25	10.63
Feb	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	32.60	2.42	19.50	2.12	32.60	10.98
Mar	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	32.22	2.04	19.50	2.12	32.22	10.60
Abr	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	31.02	0.84	19.50	2.12	31.02	9.40
May	20.79	0.74	31.21	9.67	31.21	1.38	34.53	1.94	20.79	2.12	34.53	11.61
Jun	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	32.61	2.43	19.50	2.12	32.61	10.99
Jul	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	32.62	2.44	19.50	2.12	32.62	11.00
Ago	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	32.38	2.20	19.50	2.12	32.38	10.76
Sep	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	32.39	2.21	19.50	2.12	32.39	10.77
Oct	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	32.32	2.14	19.50	2.12	32.32	10.70
Nov	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	31.15	0.97	19.50	2.12	31.15	9.53
Dic	19.50	0.74	28.80	8.56	28.80	1.38	31.61	1.43	19.50	2.12	31.61	9.99
Prom.	**19.61**	**0.74**	**29.00**	**8.65**	**29.00**	**1.38**	**32.31**	**1.93**	**19.61**	**2.12**	**32.31**	**10.58**

M =Margen; PC = Precio de compra; PV =Precio de venta; CC = Costos de comercialización

Tabla 5. Márgenes totales de comercialización de los agentes participantes ($/planta)

Fuente: Elaboración propia con base en información de campo.

CONCLUSIONES

El sistema de producción de flores de ornato en el municipio de Tejupilco, Mex (sur del Estado de México), esta caracterizado por pequeñas unidades de producción, caracterizadas por huertos familiares o viveros de pequeñas superficies, en los cuales se producen plantas para flor, árboles frutales y plantas de interés medicinal; dicha actividad representa un complemento al ingreso principal de las familias de escasos recursos en la región; las principales especies florícolas explotadas son las rosas, los geranios, los lirios y las teresitas, las cuales tienen un importante valor comercial; la mayor demanda de dichas especies responde a situaciones de tipo festivo, y religioso.

El canal tradicional de comercialización que siguen las plantas de rosa, desde el vivero hasta el consumidor final, es la venta directa del productor a los intermediarios; otra variante de dicho canal es la venta a los detallistas y menor medida a los consumidores finales. La comercialización de las plantas se realiza mediante la presentación en envase o contenedor. Los acopiadores obtuvieron una mayor participación en el precio de venta, el cual alcanzó el nivel más alto en el mes de mayor demanda. Respecto a los márgenes de comercialización resultantes en el proceso de intermediación, los acopiadores registraron las mejores utilidades durante los meses de mayor demanda de las plantas, ya sea para regalar en fechas importantes o para el trasplante y establecimiento de jardines en los hogares.

REFERENCIAS

Cochran, W. G. 1984. Técnicas de muestreo. Edit. CECSA. México, D. F. 513 p.

International Association of Horticultural Producers (AIP). 2022. International Statistics Flowers and Plants. Yearbook 2020. En: https://aiph.org/giic/international-statistical-yearbook/#orderform Consultado el 24 de julio de 2022.

Gámez, M. O., Villavicencio, G. Serrato, C. E., M. A., Mejía, M. J. M., Treviño, de C. M. G., Martínez, G. M. H. L., Rodríguez, O. M., Granada, C. L., Flores, C. M., Reyes, S. J. Á., Islas, L. M. Á., Salomé, C. E., Menchaca, G. R. A., Espadas, M. C. M., Hernández, S. L., Vázquez, G. L M., Colinas, L. M. T. B., Martínez, M. F., Vargas, P. O. y Ríos, S. E. 2017. Conservación y aprovechamiento sostenible de especies ornamentales nativas de México. Servicio Nacional de Inspección y Certificación de Semillas y Universidad Autónoma Chapingo. México. 152 p.

García, M. R.; García, D. G. y Montero, H. R. 1990. Notas sobre mercados y comercialización de productos agrícolas. Centro de economía. Colegio de Postgraduados. Montecillo, Edo. de México. 473 p.

González, R, F. J., Sangerman, J. D. M., Rebollar, R. S., Omaña S. J. M., Hernández, M. J. y Morales, H. J. L. 2019. El proceso de comercialización del café en el sur del Estado de México. Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas. Vol. 10. Núm. 6. pp. 1195-1206.

Juan, P. J. I. y Madrigal, U. D. 2005. Huertos, diversidad y alimentación en una zona de transición ecológica del Estado de México. Ciencia ergo sum. Vol. 12-1. En: file:///D:/Articulo%20Ornamentales/Huertos%20Sur%20EdoMex.pdf Consultado el 10 de julio de 2022.

Mendoza, G. 1987. Compendio de mercadeo de productos agropecuarios. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. San José, Costa Rica. 343 p.

Pizano, M. 1997. International market trends - tropical flowers. Acta Horticulture 683. En: https://www.actahort.org/books/683/683_6.htm Consultad0 el 15 de agosto de 2022.

SIAP-SAGARPA. 2013. Cierre de la producción agrícola por cultivo. En: http://www.siap.gob.mx/cierre-dela-produccion-agricola-por-cultivo/ Consultado el 27 de julio de 2015.

SAGARPA. 2005. Plan rector sistema nacional ornamentales. Segunda fase: diagnóstico inicial base de referencia estructura estratégica. México, D. F. 29 p. En: https://vdocuments.pub/plan-rector-sistema-nacional-ornamentales-plan-rector-sistema-nacional-ornamentales.html?page=1 Consultado el 10 de julio de 2022.

SIAP-SEDER. 2022. Sistema de Información Agroalimentaria de consulta. En: https://www.gob.mx/siap/documentos/siacon-ng-161430 Consultado el 20 de junio de 2022.

Vilaboa, A. J.; Díaz, R. P.; Platas, R. D. E.; Ruiz, R. O.; González, M. S. S. y Juárez, L. F. 2010. Fallas de mercado y márgenes de comercialización en bovinos destinados al abasto de carne en la región del Papaloapan, Veracruz. Revista Economía, Sociedad y Territorio. 34 (X). pp. 813-833

Xia, Y., Deng, X., Zhou, P., Shima, K., Teixeira da S. J. A. 2006. The world floriculture industry: dynamics of production and markets. Floriculture, ornamental and plant biotechnology. Global Science Books. Vol. IV. p. 341. En: https://www.researchgate.net/publication/283348233_The_World_Floriculture_Industry_Dynamics_of_Production_and_Markets Consultado el 15 de junio de 2022.

INTENCIÓN DE EMPRENDIMIENTO, DE LOS ALUMNOS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS AGRÍCOLAS DE LA UAEMEX

Data de submissão: 08/08/2023 *Data de aceite: 02/10/2023*

Margarita Pineda Tapia
Facultad de Ciencias Agrícolas UAEMéx., Toluca, México.

Amalia Pérez Hernández
Facultad de Ciencias Agrícolas UAEMéx., Toluca, México.

Jesús Hernández Ávila
Facultad de Ciencias Agrícolas UAEMéx., Toluca, México.

Martha Adriana Reynoso Patiño
Facultad de Turismo y Gastronomía UAEméx., Toluca, México.

Cesar Vences Contreras
Facultad de Ciencias Agrícolas UAEMéx., Toluca, México.

RESUMEN: Es difícil visualizar que las grandes empresas de la actualidad fueron alguna vez pequeños talleres o comercios en donde un emprendedor creó, de la nada un negocio viable y en crecimiento (Grabinsky, 1992). El emprendimiento es uno de los combustibles que mueven al mundo, es la capacidad de modificar una situación en otra, gracias a las ideas visionarias y la capacidad de acción de un emprendedor. Es ese espíritu que crea las grandes instituciones, genera productos y servicios que cambian la vida de las personas, la dirección, la cultura de comunidades enteras y que crean trabajos e ingresos que mejoran la calidad de vida de todos (Feher & Culebro, 2015) La reducción del papel del estado como generador de empleos ha destacado el rol del emprendedor y de las nuevas empresas porque su impacto en la economía es dinámico, además de estratégico, a tal punto que el emprendimiento, hoy en día, es muy valorado dentro del currículo educativo por su potencial para el desarrollo económico (Iturbide Galindo, Rodriguez Arana , & Lopez Castro , 2021) Por lo anterior, se consideró importante medir la intención de emprendimiento al egresar de los alumnos de las licenciaturas: Ingeniero Agrónomo Fitotecnista e Ingeniero Agrónomo Industrial, generación 47, impartidas por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx) y si consideran que las unidades de aprendizaje del área de conocimiento Ciencias Económico-Administrativas, que forman parte del programa de estudio, lo han impulsado ha emprender además de aportar los conocimientos y habilidades necesarios para iniciar un negocio. Encontrando que

de los participantes en el presente análisis 73% cuenta con la mayoría de los atributos y actitudes emprendedoras, al egresar de la licenciatura 48% prefiere ser su propio jefe y 64% considera que a lo largo de sus estudios universitarios ha sido incentivado para emprender.
PALABRA CLAVE: Currículo educativo, Desarrollo económico, Empresa, Empleo, Innovación

INTENTION OF ENTREPRENEURSHIP, OF THE STUDENTS OF THE FACULTY OF AGRICULTURAL SCIENCES OF THE UAEMEX

ABSTRACT: It is difficult to visualize that today's large companies were once small workshops or shops where an entrepreneur created a viable and growing business out of nothing (Grabinsky, 1992). Entrepreneurship is one of the fuels that move the world, it is the ability to change one situation into another, thanks to visionary ideas and the capacity for action of an entrepreneur. It is this spirit that creates great institutions, generates products and services that change the lives of people, the direction, the culture of entire communities and that create jobs and income that improve the quality of life for all (Feher & Culebro, 2015). The reduction of the role of the state as a generator of jobs has highlighted the role of the entrepreneur and of the new companies because their impact on the economy is dynamic, as well as strategic, to such an extent that entrepreneurship, today, is highly valued within the educational curriculum for its potential for economic development (Iturbide Galindo , Rodriguez Arana , & Lopez Castro , 2021) Due to the above, it was considered important to measure the intention of entrepreneurship when graduating students from the degrees: Phytotechnic Agronomist Engineer and Industrial Agronomist Engineer, generation 47, taught by Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx) and if they consider that the units of learning in the Economic-Administrative Sciences knowledge area, which are part of the study program, have encouraged him to undertake, in addition to providing the necessary knowledge and skills to start a business. Finding that of the participants in the present analysis, 73% have the most entrepreneurial attributes and attitudes, upon graduating from the bachelor's degree, 48% prefer to be their own boss and 64% consider that throughout their university studies they have been encouraged to undertake.
KEYWORDS: Educational curriculum, Economic development, Company, Employment, Innovation

1 I REVISIÓN DE LITERATURA

Podemos asimilar la creación de una empresa a un rompecabezas en el que deben encajar cinco piezas esenciales, en el centro el emprendedor o promotor de la idea de negocio, la planificación y gestión de los recursos necesarios para implementar la nueva unidad productiva son las otras piezas claves.

El término **emprendedor** ha estado en boca de todos los seres humanos. Se le conocía desde las primeras aventuras de los conquistadores, cuando los jefes militares o los mismos reyes de diversos territorios emprendían una nueva travesía, un nuevo objetivo. Fue en 1803 cuando el economista francés Jean-Baptiste Say define por primera vez, con términos contemporáneos, lo que es un emprendedor: Agente económico que une todos

los medios de producción, la tierra de uno, el trabajo de otro y el capital de un tercero y genera un producto. Mediante la venta de un bien en el mercado paga la renta de la tierra, el salario de sus colaboradores, interés en el capital y su provecho es el remanente, intercambia recursos económicos desde un área de baja productividad hacia un área de alta productividad y alto rendimiento (Feher & Culebro, 2015).

Por su parte el ex ministro de finanzas de Austria J. Aloins Schumpeter determina que, además, el emprendedor es una persona innovadora que busca destruir el *Statu quo* de los productos y servicios existentes para crear nuevos. Por su parte especialistas en emprendimiento como Peter Drucker, afirman que el emprendedor busca el cambio, responde a él y explota sus oportunidades. La innovación es una herramienta específica de un emprendedor (Feher & Culebro, 2015).

Los enfoques económicos del emprendimiento han identificado dos tipos diferentes de emprendedores:

a) **El emprendedor por necesidad**, que es aquel que se caracteriza en su mayoría por un bajo nivel educativo y que busca en la apertura de un negocio satisfacer sus gastos cotidianos gracias a la obtención de un ingreso. Por lo regular los emprendedores por necesidad no generan ningún tipo de valor agregado.

b) **El emprendedor por oportunidad**, es aquel que busca aportar una mejora tecnológica y procesos de innovación, por medio de un estudio previo de factibilidad de la idea emprendedora que ha descubierto. El emprendedor por oportunidad es aquel que está inmerso en el proceso innovador, que ofrece un valor agregado y que se posiciona con la intención de largo plazo en el mercado, causando mayores beneficios en la economía (García Flores & Velázquez Valadez, 2020).

1.1 El papel Social de los emprendedores.

En primer lugar, podemos mencionar que la labor del emprendedor, y especialmente su búsqueda de la innovación aplicada mejora la calidad de vida de las sociedades modernas. La generación de las nuevas tecnologías, el desarrollo constante de nuevos productos o servicios y la búsqueda continua de la competitividad, los emprendedores contribuyen de manera sustancial a hacer más fácil la vida de los consumidores, ampliando las opciones de elección, optimizando la productividad laboral, mejorando la salud, nuestras posibilidades de comunicación etc. Los pequeños emprendedores han sido los claros protagonistas de las ultimas revoluciones tecnológicas, ellos son responsables de más del 95% de las innovaciones radicales del pasado siglo desde la Segunda Guerra Mundial. Ellos demuestran que la innovación no siempre está ligada a los grandes presupuestos a disposición de los grupos multinacionales y que las barreras de entrada que esto supone son continuamente superadas por la labor de emprendedores independientes en todo el mundo. Estas innovaciones han dado lugar al desarrollo de industrias que hace una generación no existían y sin las que hoy en día nuestra vida sería mucho más compleja: Ordenadores personales, Internet, Telefonía celular etc. (Bermejo & de la Vega , 2003).

En segundo lugar, el esfuerzo emprendedor es clave en la generación de empleo. Cualquiera sea la estadística que se maneje, y el país en el que se centre, las nuevas empresas y el crecimiento de proyectos emprendedores son responsables de la generación de casi 95% de los empleos generados; estas estadísticas han hecho comprender a los gobernantes la importancia de la labor social y creadora de empleo del emprendedor y el desarrollo de medidas específicas de fomento a la actividad emprendedora (Bermejo & de la Vega , 2003). En este sentido en México, se ha observado algunos esfuerzos por mejorar las condiciones y sistemas de apoyo a los emprendedores, por parte del gobierno federal, como ejemplo tangible, en 2012 se creó el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). Para 2014 se fusiona el Fondo PYME y el Fondo Emprendedor, generando así, el Fondo Nacional Emprendedor, el cual es administrado por el INADEM, cuyo objetivo es: "incentivar el crecimiento económico nacional, regional y sectorial, mediante el fomento a la productividad e innovación en las micro, pequeñas y medianas empresas ubicadas en sectores estratégicos, que impulse el fortalecimiento ordenado, planificado y sistemático del emprendimiento y del desarrollo empresarial en todo el territorio nacional, así como la consolidación de una economía innovadora, dinámica y competitiva". Como resultado de los ajustes realizados por la Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP) al presupuesto federal 2016 se observa una significativa reducción a 7 861 millones de pesos (INADEM, 2016). Es decir, una merma de 2 046 millones (-20.6%), lo cual, redujo considerablemente su margen de acción y limitó la posibilidad de expandir la plataforma de emprendedores de base tecnológica (García Flores & Velázquez Valadez, 2020) . A partir del 17 de octubre de 2019, se publica en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el nuevo Reglamento Interior de la Secretaría de Economía (RISE), por el cual se abroga el acuerdo que regula la organización y funcionamiento interno del INADEM, transfiriendo las funciones de éste a la Unidad de Desarrollo Productivo (UDP) (Secretaría de Economía, s.f.).

En tercer lugar, los emprendedores ayudan de manera destacada al crecimiento económico y a la creación de riqueza en las sociedades, este hecho quedo documentado recientemente en el estudio Global Entrepreneurship Monitor (GEM) (Bermejo & de la Vega , 2003) El GEM comenzó en 1999 como un proyecto de investigación conjunto entre Babson College (EE. UU.) y London Business School (Reino Unido). El consorcio se ha convertido en la fuente más rica de información confiable sobre el estado del espíritu empresarial y los ecosistemas empresariales en todo el mundo, publicando no solo el Informe global GEM anualmente, sino también una variedad de informes nacionales y de temas especiales cada año. El primer estudio anual de GEM cubrió 10 países; desde entonces, unos 115 países de todos los rincones del mundo han participado en la investigación (Global Entreprenurship Monitor, s.f.) El GEM mide y compara dos elementos: 1) Valores y atributos del individuo y su actividad emprendedora, y 2) Condiciones del marco emprendedor. Para el primero se aplica la encuesta Adult Population Survey (APS) a una muestra representativa de la población. La encuesta National Expert Survey (NES) es utilizada para conocer las

condiciones del marco emprendedor, consiste en consultar a expertos respecto a estas dimensiones (Global Entrepreneurship Monitor Tecnológico de Monterrey, 2020).

Este estudio relaciona de manera muy explícita ambos factores y señala en su estudio que hasta un tercio del crecimiento económico en los países líderes puede ser atribuido al impacto de la actividad emprendedora. Este crecimiento económico es el que permite a los gobiernos ampliar sus políticas sociales, desarrollar sus programas de desempleo y en definitiva crear y fomentar medidas de beneficio social y generación de riqueza. Finalmente la actividad emprendedora mejora la competitividad de los países en el panorama internacional (Bermejo & de la Vega , 2003) Así, los resultados de la Encuesta Nacional de Expertos (NES, por sus siglas en inglés) dentro del informe global 2021/2022 del GEM, titulado Opportunity Amid Disruption (Oportunidad en medio de la Disrupción), indican que México está por arriba del promedio en las áreas de financiamiento e infraestructura (comercial y física), en comparación con otras economías cuyo Producto Interno Bruto per cápita es comparable al del ese país, como Colombia, Egipto, la India e Irán, entre otras (EGADE BUSINESS SCHOOL, 2022).

Dentro del estudio, algunas de las recomendaciones para México tienen que ver con mantener los esfuerzos de digitalización de los trámites gubernamentales para establecer una nueva empresa o pagar impuestos; reforzar las iniciativas público-privadas de investigación y desarrollo; y promover la transferencia de conocimiento y tecnología mediante la vinculación de la academia con los elementos locales de las cadenas globales de valor (EGADE BUSINESS SCHOOL, 2022).

1.2 Perfil del emprendedor

Muchos estudiosos del tema y empresarios coinciden en que los emprendedores poseen una serie de características o cualidades que los hacen diferentes de las demás, el cuadro 1 enumera la mayoría de ellas (Gonzáles Salazar, 2007).

Factores de motivación	Necesidad de logro
	Necesidad de reconocimiento
	Necesidad de desarrollo personal
	Percepción de beneficio económico
	Necesidad de independencia
	Necesidad de afiliación o ayuda a los demás
	Necesidad de escape, refugio o subsistencia
Características personales	Tener iniciativa
	Capacidad de decisión
	Aceptación riesgo moderado
	Orientado hacia la oportunidad
	Estabilidad emocional/autocontrol
	Orientación a metas específicas
	Receptivo en sus relaciones sociales
	Valora el tiempo
	Honestidad/integridad y confianza
	Perseverancia/compromiso total
	Responsabilidad personal
	Individualista
	Optimista
Características Físicas	Energía
	Trabajo duro
Características intelectuales	Flexibilidad
	Creatividad/imaginación/innovación
	Búsqueda de información
	Planificación y seguimiento sistemático de resultados
	Capacidad para analizar el ambiente (reflexión)
	Comprensión de problemas
	Capacidad de solucionar problemas
	Buen manejo del tiempo
Competencias	Liderazgo
	Orientación al cliente
	Capacidad de conseguir recursos
	Administrador de recursos
	Exige eficiencia
	Dirección y gestión de la empresa
	Red de contactos

Cuadro 1. Cualidades de los emprendedores

Fuente: (Gonzáles Salazar, 2007)

Una aproximación del “perfil tipo mexicano” del emprendedor, si es que existe tal perfil es: Los mexicanos suelen tener la característica de hacer sentir a los demás parte de sus propios proyectos, de interactuar con las personas y promoverse mediante ellas, tienden a ser muy sociales y eso es una herramienta de mucha ayuda a la hora de emprender otras de las características de los emprendedores mexicanos son:

1. La mayoría son hombres
2. Emprenden a partir de los 35 años
3. Se enfocan en el negocio familiar
4. Poca flexibilidad
5. Está acostumbrado a hacer negocios de palabra (es muy confiado)
6. Son cerrados en cuanto a la consultoría externa.
7. Son aferrados a su producto y les cuesta trabajo innovarlo.
8. Resistentes al cambio
9. No suelen asesorarse legalmente
10. Desean beneficiar a varias personas
11. Aceptan sus errores
12. Fácil solución de problemas
13. Buscan asociar sus negocios con los de sus amigos
14. Son muy amigables (García, 2016).

2 I MATERIALES Y MÉTODO

La información para el análisis fue recopilada a través de la aplicación de una encuesta estructurada, con la técnica entrevista personal, a una muestra no probalística, durante el mes de marzo, a los alumnos del octavo semestre, generación 47 (2019-2024), que actualmente cursan la unidad de aprendizaje Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios en las Licenciaturas Ingeniero Agrónomo Fitotecnista e Ingeniero Agrónomo Agroindustrial, en la Facultad de Ciencias Agrícolas de la UAEMéx, ubicada en el Campus Universitario el Cerrillo Piedras Blancas Municipio de Toluca, México; el espacio académico inicia sus labores docentes el 8 de octubre del año 1973, es miembro de la Asociación Mexicana de Educación Agrícola Superior (AMEAS) desde el año 1977, las Licenciaturas Ingeniero Agrónomo Fitotecnista e Ingeniero Agrónomo Industrial cuentan con acreditación otorgada por el Comité de Acreditación de la Educación (COMEAA) a partir del año 2003, en marzo de 2010 se acredita la Licenciatura Ingeniero Agrónomo en Floricultura, por el mismo organismo acreditador (Universidad Autónoma del Estado de México).

La herramienta para la recolección de datos se diseñó con el método escalamiento

tipo Likert el cual consiste en un conjunto de ítems presentados en forma de afirmación o juicio, ante los cuales se pide la reacción de los participantes, a cada categoría de la escala se la asigna un valor numérico, para este caso de 5 puntos, cada participante obtiene una puntuación respecto de la afirmación seleccionada y al final se suman para obtener un valor final (Hernández Sampieri, Fernánez Collado, & Baptista Lucio , 2004) además se incluyó una pregunta de jerarquización, en este tipo de preguntas el entrevistado debe ordenar la prioridad de sus opiniones de respuesta, con la pregunta de jerarquización, se cuestionó a los participantes, sobre las unidades de aprendizaje del área Ciencias Económico-Administrativas, que más le han aportado conocimientos y habilidades para emprender.

El área de conocimiento Ciencias Económico-Administrativas tiene como objetivo: Estudiar las herramientas de la economía, administración, mercadotecnia y manejo de personal en la formulación y evaluación de proyectos agrícolas de desarrollo, así como, proponer proyectos de investigación y/o de inversión como alternativas de solución a problemas técnicos, de desarrollo, de organización, de validación y transferencia de tecnología, etc. Está conformada por seis unidades de aprendizaje: Administración Agropecuaria, Administración del Capital Humano (Optativa, Núcleo Integral), Comercialización Agropecuaria (Optativa, Núcleo Integral), Economía Agropecuaria, Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios y Organización de Productores y Gestión Agroempresarial.

El cuestionario consta de 4 variables de identificación sociodemográficas: edad, género, lugar de residencia y licenciatura que cursa, 13 ítems que buscan reconocer y cuantificar los atributos y actitudes emprendedoras (ver tabla 1), 6 cuestionamientos sobre el conocimiento, que tienen los participantes en el presente análisis, sobre el sistema de apoyo a los emprendedores disponible en México, así como, el estímulo y la capacitación recibidos durante su educación universitaria para emprender. Por último, se incorporo una pregunta para identificar las unidades de aprendizaje pertenecientes al área Económico Administrativas que, a juicio de los entrevistados, más conocimiento y habilidades les han aportado para crear su propia fuente de empleo, al egresar de la carrera.

El tamaño de la muestra se determinó con la fórmula para poblaciones finitas (menos de 500,000 individuos) con la fórmula: $N= T^2xMxPxQ/ E^2(M - 1)+T^2xPxQ$, considerando un índice de confianza de 95%, un error de estimación de 5% y un universo de 164 alumnos, dando como resultado un total de 125 encuestas.

3 I RESULTADOS

La muestra está constituida 58% por personas del género masculino, 18% del género femenino, mientras que el 24% de los participantes no declararon la pertenencia algún género; el rango de edad de la muestra se encuentra entre los 21 y los 25 años, 68% son alumnos de la licenciatura Ingeniero Agrónomo Fitotecnista y 32% son alumnos de la

licenciatura Ingeniero Agrónomo Industrial.

Para detectar atributos y actitudes emprendedoras, de los participantes en el presente análisis, se estratificaron los resultados de los primeros 13 items en 3 grupos, la puntuación se obtuvo de la sumatoria de las opciones seleccionadas por los participantes, al primer grupo pertenecen los entrevistados que contabilizaron entre 0 y 21 puntos, lo que indica que poseen pocos rasgos de un emprendedor, el segundo grupo está formado por los participantes que obtuvieron entre 22 y 43 puntos, este conjunto tiene varios atributos y actitudes de emprendedurismo, por último las personas que sumaron entre 44 y 65 puntos, grupo que por la sumatoria obtenida posee la mayoría de los rasgos de un emprendedores.

En el siguiente cuadro se puede observar los resultados de los alumnos entrevistados sobre la posesión de las características que comúnmente tienen las personas emprendedoras, el 73% de ellos cuenta con factores motivacionales, características personales como iniciativa, asunción de riesgos, autocontrol características físicas tales como trabajo arduo y energéticos, competencias como liderazgo, facilidad de comunicación, habilidad para gestionar recursos, entre otros.

0-21 puntos contabilizados	**22–43 puntos contabilizados**	**44-65 puntos contabilizados**
0 participantes	33 participantes	92 participantes
0%	27%	73%

Cuadro 2. Resultados atributos y rasgos de un emprendedor

Fuente: Elaboración propia

Al egresar de la licenciatura los entrevistados muestran una clara preferencia por ser su propio jefe, ya que, 48% menciono estar totalmente de acuerdo con dicha aseveración, por su parte 36% señalo estar de acuerdo, 10% no está de acuerdo ni en desacuerdo, 4% selecciono la opción en desacuerdo y 2% está completamente en desacuerdo.

36% de los entrevistados considera que en México es difícil crear una empresa, 26% de los participantes no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con que en este país sea complejo emprender, un 14% asevera estar en desacuerdo con que emprender en esta nación sea complicado, 12% de la muestra declara estar totalmente en desacuerdo con la afirmación, el mismo porcentaje opina estar completamente de acuerdo con dicho juicio.

Figura 1. Percepción de los entrevistados sobre la facilidad para emprender en México

Fuente: Elaboración propia

Respecto al conocimientos del sistema de apoyo a los emprendedores en México, el porcentaje más alto (28%) manifiesta desconocimiento de las instituciones de fomento al emprendedurismo, el mismo porcentaje selecciono la opción ni de acuerdo ni es desacuerdo, por su parte 24% dijo desconocer totalmente dichas instituciones, por su parte el 18% menciona tener idea clara de su existencia y un muy reducido porcentaje (2%) manifestó tener conocimiento total de ellas.

La percepción que tienen los entrevistados sobre la disponibilidad de financiamiento para jóvenes emprendedores en la nación mexicana, es muy acotado, ya que casi la mitad (44%) de los entrevistados seleccionó la opción ni de acuerdo ni en desacuerdo, mientras que 24% señala estar en desacuerdo con la existencia de financiamiento para los jóvenes emprendedores mexicanos, el 20% de los participantes piensa que si se cuenta con financiamiento para la juventud, el 10% esta en total desacuerdo con la presencia de apoyo económico y sólo el 2% de la muestra selecciona la opción completamente de acuerdo.

La pregunta 17 cuestiona a los participantes sobre si se siente capacitado para emprender un negocio, el 32% afirma estarlo, 16% se aprecia completamente capacitado para crear una nueva unidad productiva, 38% tiene una opinión ambigua sobre su capacidad para emprender, mientras que 6% señalo su desacuerdo con la aseveración, el restante 8% de la muestra está completamente en desacuerdo con dicha sentencia.

Un 64% considera que a lo largo de sus estudios ha sido incentivado para crear una nueva unidad productiva al egresar de la licenciatura, además del 16% que señaló estar totalmente de acuerdo con haber sido impulsado durante sus estudios en la Faculta de Ciencias Agrícolas de la UAEMex ha emprender, mientras que 12% se muestra en desacuerdo con recibir incentivos, 4% de la muestra señalo estar en completo desacuerdo

y otro porcentaje igual no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

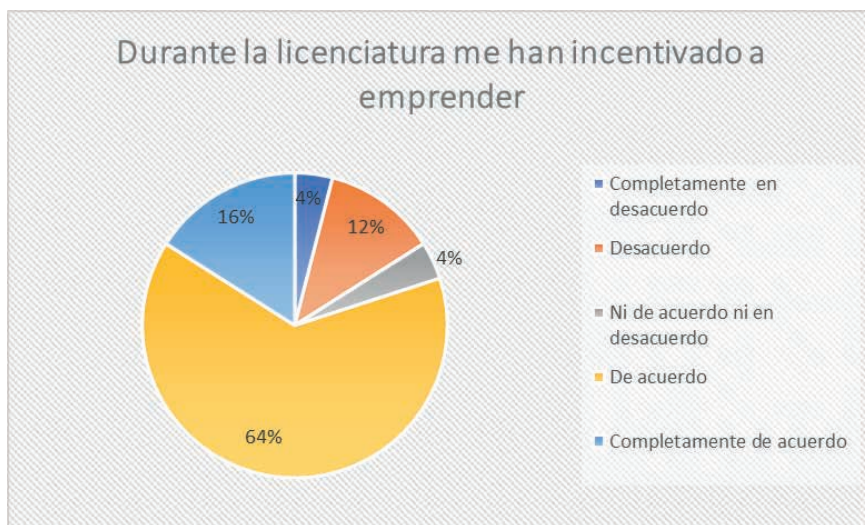



Figura 2. Fue incentivado a emprender durante sus estudios

Fuente: Elaboración propia

Por ultimo se les cuestionó acerca del aporte de conocimiento y desarrollo de habilidades que las unidades de aprendizaje del área Económico Administrativas, han hecho al desarrollo de su espíritu emprendedor, 46% de los participantes están de acuerdo en que dichas asignaturas han desarrollado en ello habilidades y han contribución con conocimientos para emprender, el 20% esta totalmente de acuerdo en el aporte de conocimientos y desarrollado habilidades necesarias para crear una nueva explotación, 22% se muestra ambigüedad sobre las contribuciones hechas por las unidades de aprendizaje cursadas.

El cuadro tres muestra las unidades de aprendizaje, que a juicio de los entrevistados, más conocimientos significativos y actitudes emprendedoras han desarrollo en ellos.

Primer lugar	**Segundo lugar**	**Tercer lugar**
Administración Agropecuaria	Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios y Economía Agropecuaria	Economía Agropecuaria
Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios	Organización de Productores y Gestión Agroempresarial	Administración Agropecuaria y Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios
Economía Agropecuaria	Administra Agropecuaria	Comercialización Agropecuaria

Tabla 3. Jerarquización de las unidades de aprendizaje con mayor aporte de conocimientos y actitudes emprendedoras

Fuente elaboración propia

Como se puede observar en el cuadro 3 las unidades de aprendizaje del área Económico Administrativas con mayor aporte al desarrollo del emprendedurismo en los alumnos entrevistados es Administración Agropecuaria, Formulación de Proyectos Agropecuarios y Economía Agropecuaria

4 I CONCLUSIONES

El emprendimiento se considera un eje dinámico en la creación de fuentes de empleo, un importante contribuyente del crecimiento económico de una nación por lo que coadyuva al aumento de la calidad de vida de sus habitantes, además es un detonador de la innovación, por lo que, en los últimos años ha despertado mucho interés en el ámbito académico, impulsando a las instituciones de educación en México ha incluir la cultura emprendedora en sus aulas, lamentablemente no existen muchos estudios sobre el impacto de la inclusión de la cultura emprendedora.

Aún cuando no existe un perfil único de los rasgos, motivaciones y actitudes de los emprendedores, los especialistas en el tema coinciden en que la mayoría de ellos cuentan con características que los hacen diferentes del resto de las personas, al analizar los datos obtenidos en la presente investigación se pudo observar, en un elevado numero de participantes, varias características señaladas por los especialistas como hábitos y actitudes de las personas emprendedoras, 7 de cada 10 entrevistados obtuvo puntuaciones mayores a 44 puntos.

Además, al momento de egresar de la licenciatura, más de la mitad de la muestra señala su deseo de crear su propia fuente de empleo y ser su jefe, aun cuando perciben que emprender en México no es fácil. Dicha tarea podría ser más sencilla si los mexicanos conocieran el sistema de apoyo al emprendimiento, es decir las instituciones y programas de financiamiento, al respecto, los entrevistados manifiestan desconocer ambos, sólo 2 de cada 10 personas consultadas, conocen el sistema mexicano de apoyo al emprendedurismo. Por lo anterior sería recomendable que las unidades de aprendizaje del área Económico Administrativas de ambos programas de estudio, ofertados por la FCA de la UAEMéx., profundice y acerque a sus alumnos al sistema de apoyo emprendedor de México, del que hoy se encarga la Unidad de Desarrollo Productivo de la Secretaría de Economía.

La mitad de los participantes se siente capacitado para crear una nueva unidad productiva y un porcentaje mayor (64%) considera que a lo largo de sus estudios universitarios ha sido incentivado a emprender, además señalan que las unidades de aprendizaje del área Económico Administrativas les han aportado conocimiento y desarrollado habilidades necesarias para emprender siendo Administración Agropecuaria, Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios y Economía Agrícola, las que mayor aportes hicieron a la cultura emprendedora de los entrevistados.

REFERENCIAS

Bermejo, M., & de la Vega , I. (2003). ***Crea tu propia empresa Estrategias para su puesta en marcha y supervivencia.*** Madrid, España: McGraw-Hill/Interamericana.

EGADE BUSINESS SCHOOL. (04 de Mayo de 2022). ***Informe GEM: México debe seguir facilitando la creación de empresas con mejores programas y políticas públicas***. Recuperado el 27 de Febrero de 2023, de https://egade.tec.mx/es/blog/informe-gem-mexico-debe-seguir-facilitando-la-creacion-de-empresas-con-mejores-programas-y

Feher, F., & Culebro, A. (2015). ***¿Cómo ser un emprendedor? sin tanto rollo .*** México : Trillas .

García Flores, J., & Velázquez Valadez, G. (Septiembre de 2020). ***Factores Relavantes del perfil del emprendedor empresarial mexicano: ¿el emprendedor mexicano es innovador?*** Recuperado el 23 de Febrero de 2023, de Panorama Económico : https://panoramaeconomico.mx/ojs/index.php/PE/article/view/68/50

García, V. (18 de Agosto de 2016). ***Perfil del emprendedor en México.*** Recuperado el 03 de Marzo de 2023, de PREZI: https://prezi.com/omoibw7diob-/perfil-del-emprendedor-en-mexico/

Global Entrepreneurship Monitor Tecnológico de Monterrey. (2020)**.** ***Monitor Global de Emprendimiento (GEM) Contexto actual del ecosistema de emprendimiento.*** Recuperado el 2024 de Febrero de 2023, de file:///C:/Users/Margarita%20Pineda/Downloads/reporte-gem20-puebla-1638293883.pdf

Global Entreprenurship Monitor. (s.f.). ***Global Entreprenurship Monitor Misión y valores*** . Recuperado el 23 de Febrero de 2023, de www.gemconsortium.org/about/gem/5

Gonzáles Salazar, D. M. (2007). ***Plan de negocios para emprendedores Al éxito .*** México : Mc Graw Hill .

Grabinsky, S. (1992). *La empresa familiar Guía para crece, competir y sobrevivir.* México, México : Del verbo emprender.

Hernández Sampieri, R., Fernánez Collado, C., & Baptista Lucio , P. (2004). ***Metodología de la Investigación*** (Cuarta ed.). México, México : Mc Graw Hill.

Iturbide Galindo , L., Rodriguez Arana , R., & Lopez Castro , V. (06 de Diciembre de 2021). *The Anáhuac Journal.* Recuperado el 23 de Febrero de 2023, de https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2683-26902020000200012

Secretaría de Economía. (s.f.). *Instituto Nacional del Emprendedor*. Recuperado el 23 de Febrero de 2023, de Unidad de Desarrollo Productivo: www.inadem.gob.mx

Universidad Autónoma del Estado de México. (s.f.). *Facultad de Ciencias Agrícolas UAEMéx.* Recuperado el 03 de marzo de 2023, de Historia: https://agricolas.uaemex.mx/fcagri/historia.htm

CAPÍTULO 13

TRANSICIÓN DE LAS COMPETENCIAS DOCENTES HACIA LA EDUCACIÓN AGRÍCOLA DIGITAL 4.0

Data de aceite: 02/10/2023

Pérez Hernández Amalia
Facultad de Ciencias Agrícola, Universidad Autónoma del Estado de México

Pineda Tapia Margarita
Facultad de Ciencias Agrícola, Universidad Autónoma del Estado de México

Hernández Ávila Jesús
Facultad de Ciencias Agrícola, Universidad Autónoma del Estado de México

Reynoso Patiño Martha Adriana
Facultad de Ciencias Agrícola, Universidad Autónoma del Estado de México

Guadarrama Valentín Salvador
Facultad de Ciencias Agrícola, Universidad Autónoma del Estado de México

RESUMEN: El desarrollo de las tecnologías de la informática y la comunicación que incursionan en la agricultura son un factor para que los sistemas de producción agrícola sean productivos y sostenibles; el uso de la información y las herramientas digitales permite a los productores mejorar en la toma de decisiones basada en la generación de datos de los terrenos de cultivo como el monitoreo y evaluación de las variables del ambiente, suelo, de la sanidad de las plantas, etc. El empleo de las TIC´s en la producción de alimentos posibilita cambios ambientales, económicos y sociales: favorece una agricultura de conservación, ofrece la opción para nuevos modelos de negocios y la investigación y desarrollo agropecuario, pero se requiere de la alfabetización y educación digital en las zonas rurales por lo que se hace necesario que las instituciones educativas incorporen conocimientos y competencias de los maestros y aumentar la disponibilidad de tecnologías digitales en las aulas.

PALABRAS CLAVE: tecnologías de la informática y la comunicación (TIC´s), agricultura de conservación, educación digital.

TRANSITION OF TEACHER COMPETENCIES TOWARDS DIGITAL AGRICULTURAL EDUCATION 4.0

ABSTRACT: The development of information and communication technologies that enter agriculture are a factor for agricultural

production systems to be productive and sustainable; The use of information and digital tools allows producers to improve decision-making based on the generation of data from farmland, such as monitoring and evaluation of environmental variables, soil, plant health, etc. The use of ICTs in food production enables environmental, economic and social changes: it favors conservation agriculture, offers the option for new business models and agricultural research and development, but literacy and digital education are required in rural areas, so it is necessary for educational institutions to incorporate knowledge and skills of teachers and increase the availability of digital technologies in classrooms.
KEYWORDS: information and communication technologies (ICTs), conservation agriculture, digital education.

El programa educativo de Ingeniero Agrónomo Fitotecnista se enfoca en formar profesionales capaces de aplicar conocimientos y técnicas agronómicas modernas para maximizar la eficiencia en la producción de cultivos y la calidad de los productos agrícolas, juegan un papel fundamental en la investigación, el desarrollo y la implementación de nuevas tecnologías en el sector agrícola, lo que los convierte en agentes de cambio clave para responder a las demandas y necesidades del sector agrícola actual.

Sus objetivos están orientados al proceso de producción y comercialización de un sistema de producción agrícola, articulando las etapas de este sistema con el desarrollo tecnológico, la administración de los recursos en las organizaciones agropecuarias; con la finalidad de atender, proponer alternativas o solucionar problemáticas técnicas, económicas y sociales; y las relacionadas con los efectos y consecuencias ambientales y la permanencia y arraigo del productor agrícola.

El programa educativo considera en sus objetivos los desafíos actuales del sector, como la seguridad alimentaria, la conservación de los recursos naturales, las consecuencias del cambio climático y la adaptación a los nuevos modelos de producción agrícola, aunado a ello, abordan la sostenibilidad en el sector agrícola a través de la producción agrícola responsable con el medio ambiente, además, asume el área socioeconómica plasmado objetivos relacionados la administración con la eficiencia y eficacia de los recursos limitantes e ilimitados de los sistemas de producción en las micro, pequeña y mediana empresa y en las instituciones agropecuarias, al incidir en el desarrollo de habilidades como la toma de decisiones, el liderazgo, el trabajo en equipo y la comunicación efectiva, habilidades clave para el desempeño profesional del Ingeniero Agrónomo Fitotecnista.

En cuanto a la investigación científica y desarrollo tecnológico se han planteado objetivos generales encaminados a la investigación y evaluación del potencial genético de las especies vegetales de interés económico. Uaeméx, 2015. Plasmados en una retícula de unidades de aprendizaje organizadas en función a las etapas de un sistema de producción agrícola, cuyos contenido temático debe enfatizar y asumir las tecnologías de la informática y la comunicación como aprendizajes del uso de las herramientas digitales, así como las aptitudes para crearlas, en virtud del ejercicio profesional demandará profesionistas

competentes en el uso de dispositivos digitales, la comprensión de los productos y el desarrollo de programas y aplicaciones para el asesoramiento que ayude a los productores agrícolas para evaluar y aplicar las mejores prácticas y tecnologías para su empresa, Trendov, Varas y Zeng, 2019.

Es fundamental adaptar los programas académicos y educativos para que los países dispongan de la mano de obra cualificada necesaria para operar, mantener y desarrollar la tecnología. Además, la adquisición de conocimientos no debe limitarse a los usuarios finales: la creación de capacidad debe llegar a todas las partes interesadas, desde los responsables de formular políticas destinadas a crear el entorno adecuado mediante leyes, incentivos o programas de capacitación (educación, industria y agricultura) hasta los extensionistas, los técnicos y los agricultores (Santos Valle, S., Kienzle, J. 2021), así como, incentivar una cultura agroempresarial para que afronte nuevos modelos de negocios digitales, Trendov, Varas y Zeng, 2019.

Por lo tanto, no solo se hace necesario la actualización de los contenidos temáticos propios de la disciplina de la Agronomía, sino, sumar los conocimientos digitales, como la agricultura protegida (reforzar los aprendizajes para el uso, manejo e interpretación de las variables de los ambientes controlados), en los avances tecnológicos relacionados con las etapas de los sistemas de producción agrícola: en unidades de aprendizaje (UUAA) relacionadas directamente con la producción agrícola (ver figura 1), así como como la digitalización de la agricultura para la gestión de la información en toda la cadena de valor, trazabilidad de los productos, intercambio de datos para monitorear y controlar; agricultura de precisión y agricultura protegida.

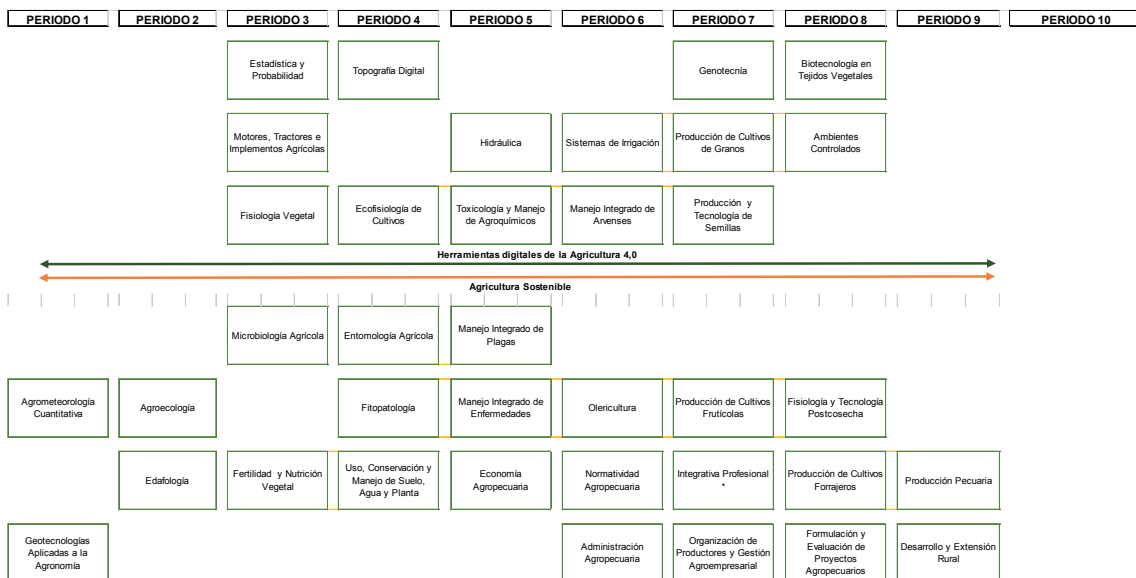



Figura 1. Mapa curricular del programa educativo de Ingeniero Agrónomo Fitotecnista

Fuente: Uaeméx, 2015.

Que permita a los estudiantes desarrollar las competencias digitales para enfrentar la transformación digital de la agricultura, ser un agente de cambio en el medio rural incidiendo para que el uso de las tecnologías de la informática y la comunicación no sean un factor de rezago entre los productores, (Trendov, Varas y Zeng , 2019) cuyas aptitudes digitales y alfabetización electrónica sigue siendo una limitante notable para el empleo de las nuevas tecnologías están particularmente ausentes en las zonas rurales.

Las herramientas de la agricultura 4.0 y la concepción de la agricultura sostenible tiene que considerarse en el plan de estudios como ejes transversales para cada una de las unidades de aprendizaje que aborden los contenidos temáticos (y se aborden considerando estas dos vertientes a lo largo del proceso formativo de los estudiantes) relacionados directamente con la cadena de producción y la cadena de valor un sistema de producción agropecuario.

El programa educativo aborda los desafíos actuales del sector agrícola, como la seguridad alimentaria, la conservación de los recursos naturales, la lucha contra el cambio climático y la adaptación a los nuevos modelos de producción con la aplicación de prácticas agronómicas sostenibles y promover la producción agrícola responsable con el medio ambiente.

Los cambios y avances tecnológicos han y están transformando los sistemas de producción agropecuaria, implicación que ha obligado a los profesionistas de la Agronomía a adaptarse para trabajar con el escalonamiento tecnológico de la agricultura que dio inicio con la llamada Agricultura 1.0 (uso del arado); siguiendo la Agricultura 2.0 (revolución industrial e inicio de mecanización agrícola) que posibilitó la obtención de producciones con altos rendimientos de los cultivos derivado de la mecanización de los procesos; continuo con la Agricultura 3.0 (uso de sistemas de posicionamiento global (GPS) y la computación) avances tecnológicos que se hicieron presentes en la agricultura dando paso con la agricultura de precisión que se caracteriza por estudiar las variables de la producción agrícola; continúan los avances tecnológicos y las incursiones en la agricultura a través de sistemas de monitoreo de todo el proceso productivo y así es como llegamos a lo que hoy en día llamamos la Agricultura 4.0 o revolución asociada al uso de la inteligencia artificial y big data, que contemplan entre sus finalidades a la eficiencia productiva agrícola y una agricultura sostenible que pueda satisfacer los desafíos de seguridad alimentaria, https://biblioteca.inia.cl/bitstream/handle/20.500.14001/4011/NR42318.pdf?sequence=1extension://elhekieabhbkpmcefcoobjddigjcaadp/https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u294/Agricultura4.0.pdf.

De igual manera en el contexto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, la agricultura digital tiene el potencial de generar beneficios económicos a través de un incremento de la productividad agrícola, la eficiencia en función de los costos y las oportunidades de mercado, así como beneficios sociales y culturales mediante una mayor comunicación e exclusividad y beneficios ambientales por medio de la optimización del uso de los recursos

y la adaptación al cambio climático, Trendov, Varas y Zeng , 2019.

La agricultura 4.0 ofrece las tecnologías que empiezan a aplicarse en la producción agrícola, la agroindustria y los territorios rurales como la operación de plataformas digitales, sensores, internet de las cosas, robots, drones, big data, cloud computing, inteligencia artificial y blockchain. Se espera que hoy en día, los productores y/o profesionales que dominen plenamente las habilidades y los conocimientos agrícolas existentes, tendrá que convertirse en una especie de gestor de tecnología de la información (TI) que trabaje desde una oficina o delante de una pantalla (ordenador, teléfono móvil, tableta, etc.), en lugar de ser un operador de máquinas que trabaja en el campo, conduciendo una máquina y ajustando el equipo manualmente.

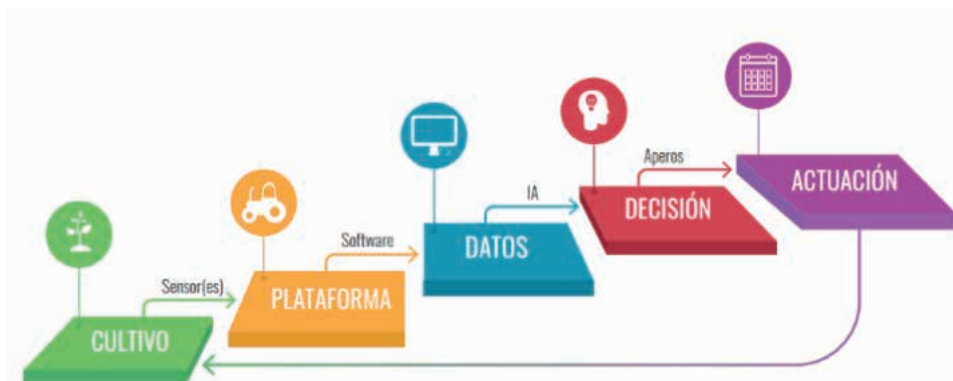



Figura 3. Ciclo de gestión basado en la información para la agricultura avanzada

Fuente: Sáiz-Rubio y Rovira-Más (2020).

Santos Valle, S., Kienzle, J. 2021.

Tecnologías	Herramientas	Usos	Plan de estudios IAF-UUAA
Internet de las cosas (IoT)	Tecnología con que se puede conectar objetos a internet y recopilar datos sobre esos objetos generalmente captados por sensores, un ejemplo es la agricultura de precisión.	El uso de sistemas de orientación para la siembra y la aplicación de fertilizantes puede conllevar un ahorro de gastos en términos de semillas, fertilizantes y combustible para los tractores, y puede reducir la jornada laboral en el campo	Edafología Geotecnologías Aplicadas a la Agronomía Fertilidad y Nutrición Vegetal Fisiología Vegetal Motores, Tractores e Implementos Agrícolas Uso, Conservación y Manejo de Suelo, Agua y Planta UUAA relacionadas con la producción de cultivos
Computación en la nube	Tecnología que hace referencia a la provisión de servicios TI a través de internet, clasificados en Infraestructura (IaaS), Plataformas de Servicio (PaaS) y Software (SaaS).	Almacena la información digital.	
Big Data	Tecnología utilizada para analizar grandes volúmenes de información o datos almacenados, sobre el comportamiento de los usuarios, variables climatológicas, comportamiento de los insectos y plagas, entre otros, que permita minimizar los riesgos y formular predicciones a través de patrones observados, todo ello en tiempo real.	Análisis de suelos y evaluación de ambientes, drones e imágenes satelitales, sensores remotos y monitoreo georreferenciado, Soluciones integradas de hardware y software (IoT), v) análisis de datos y soporte tecnológico para toma de decisiones.	Agrometeorología Cuantitativa Edafología Entomología Agrícola Geotecnologías Aplicadas a la Agronomía Agroecología Ecofisiología de Cultivos Fisiología y Tecnología Postcosecha Fitopatología Manejo Integrado de Plagas Manejo Integrado de Enfermedades Manejo Integrado de Arvenses Ambientes Controlados
Blockchain	Tecnología de manejo de cadenas de bloques de millones de transacciones derivadas del internet de las cosas (IoT), basadas en registros contables digitales distribuidos y encriptados, emergentes de las cadenas de valor, garantizando su transparencia, inmutabilidad e integridad.	Detecta alimentos de mala calidad en las cadenas alimentarias, permitiendo respuestas tempranas y eficaces. proporciona información a los consumidores sobre el origen de sus alimentos y, por tanto, generar una ventaja competitiva para quienes la utilizan tanto, generar una ventaja competitiva para quienes la utilizan,	Toxicología y Manejo de Agroquímicos Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios Desarrollo y Extensión Rural Ética y Ejercicio Profesional Organización de Productores y Gestión Agroempresarial Normatividad Agropecuaria

Inteligencia artificial	Tecnología empleada para aumentar la capacidad de desencadenar acciones emergentes de los datos agrupados en aplicaciones avanzadas emergentes del internet de las cosas (IoT) para análisis predictivo y definición de patrones (intervenciones preventivas), análisis prescriptivo (intervenciones correctivas) y análisis adaptativo (autonomía sobre la base de un aprendizaje continuo). Esta herramienta fue profundizada al implementarla en máquinas o robots, proceso denominado Aprendizaje de las máquinas (Machine Learning en inglés) utilizando algoritmos y modelos estadísticos que los sistemas informáticos utilizan para realizar de manera efectiva una tarea específica, sin utilizar instrucciones explícitas, sino que se basan en patrones e inferencias	Ayuda a los agricultores a analizar sus campos y supervisar cada etapa de su ciclo de producción, puede mejorar el uso de los recursos, respaldar la toma de decisiones rápidas a través de modelos predictivos y mantener sistemas de seguimiento continuo, todo el día y todos los días.	UUAA relacionadas con la producción de cultivos
Ciberseguridad	Tecnología empleada para la protección de la infraestructura computacional y todo lo relacionado con esta, especialmente de aquella información contenida en computadoras móviles o a través de las redes de computadoras. Todas las herramientas TIC´s mencionadas tuvieron varios usos destacando que en algunos casos dichos usos también fueron entendidos como otras herramientas TIC (al menos en la industria 4.0).		
Robótica	Generación y uso de entidades físicas o virtuales con un propósito específico, se clasifican en: Androides, Móviles, Zoomórficos y Poliarticulados. El término “obot agrícola o agrobot” es sin duda una descripción ajustada de las máquinas autónomas que tienen capacidad para realizar diferentes tareas agrícolas repetitivas en una explotación agrícola - desde la preparación de la tierra hasta la cosecha - sin intervención humana directa, Santos Valle, S., Kienzle, J. 2021.	se utilizan robots agrícolas en el campo para ayudar a los agricultores a medir, cartografiar y optimizar el uso del agua y del riego, los pesados tractores tradicionales podrían ser reemplazados por pequeños robots livianos, lo que permitiría una reducción gradual de la compactación, la reaireación del suelo y beneficios para las funciones del suelo	UUAA relacionadas con la producción de cultivos

Impresión 3 D	Se usa una máquina capaz de realizar réplicas de diseños en 3D, creando piezas o maquetas volumétricas a partir de un diseño hecho por el ordenador, descargado de internet o recogido a partir de un escáner 3D		
Realidad aumentada	Se usa un conjunto de tecnologías que permiten que el usuario visualice parte del mundo real a través de un dispositivo tecnológico con información gráfica añadida por este dispositivo.		
Plataformas de economía colaborativas	Uso de Plataformas para comercio electrónico llamado P2P (Peer to Peer) o igual a igual, y que han evolucionado a soluciones C2C (Cliente-Cliente) o el B2C (Negocio-Cliente).	simplificar todos los procesos, desde las compras y contrataciones hasta la producción y distribución	Formulación y Evaluación de Proyectos Agropecuarios Desarrollo y Extensión Rural Ética y Ejercicio Profesional Organización de Productores y Gestión Agroempresarial Normatividad Agropecuaria
Vehículos autónomos	Uso de vehículos no tripulados que igualan las capacidades humanas de manejo y control. Son capaces de percibir el medio que les rodea y navegar.		

Tabla1. Tecnologías de la Agricultura 4.0

Fuente: Quiroga C. 2019. Trendov, Varas y Zeng, 2019.

RETOS PARA LA AGRICULTURA 4.0.

Siendo indudables las bondades de estas tecnologías, aún hay ciertos desafíos para su exitosa implementación, entre las que se consideran de mayor relevancia son:

- La tecnología requiere inversión, algo que favorece la rápida implantación en grandes explotaciones, aumentando la brecha con las pequeñas explotaciones; y la mentalidad (es necesario un gran trabajo de concienciación y formación dentro de un sector tan envejecido), https://www.industri-sl.com/blog/agricultura-retos-soluciones/ .

La educación es el factor más importante para acelerar la innovación y la transformación digital, pero se hace impulsar la investigación y el desarrollo y la educación en materia de innovación y herramientas de aprendizaje electrónico, el aprendizaje práctico e independiente, el pensamiento crítico y la alfabetización digital, financiera e informática (Trendov M. Nikola, Varas Samuel, Zeng Meng. 2019) a fin de llegar e incidir en las zonas

rurales y disminuir la brecha digital.

- La barrera de la conectividad. No todas las zonas rurales cuentan con infraestructura óptima de Internet para construir la Agricultura 4.0. Una vasta recolección de datos impulsará la utilización del aprendizaje automático y de la inteligencia artificial, y será necesario elaborar nuevos modelos para que los datos puedan resultar útiles. Hasta ahora, la información recopilada es a menudo insuficiente para fundamentar las asociaciones y soluciones integrales necesarias para transformar la agricultura en pequeña escala en empresas digitales viables y sostenibles (Trendov M. Nikola, Varas Samuel, Zeng Meng. 2019) por lo que se hace necesario la generación de datos ya que la agricultura 4.0 está estrechamente vinculada con el uso de las TIC´s y depende de una infraestructura adecuada para adquirir, procesar y compartir datos, Santos Valle, S., Kienzle, J. 2021.

Hoy en día, Microsoft ha implementado su Proyecto FarmVibes, una nueva suite de tecnologías enfocadas en la agricultura, de Microsoft Research, plataforma que está siendo utilizada en la generación de datos sobre cosechas de trigo, cebada y lentejas; también la plataforma dispone de un conjunto de herramientas con inteligencia artificial para ayudar a tomar decisiones en cada fase de la agricultura, desde antes de sembrar hasta después de la cosecha, lo que permite una agricultura basada en datos, como las cantidades ideales de fertilizante, herbicida que se deben utilizar y dónde aplicarlos; pronostican temperaturas y velocidad del ciento en campo; información sobre cuándo y dónde plantar, etc. Otra solución de Project FarmVibes que hace realidad el sector agrícola del futuro es FarmVibes.Connect, que Microsoft eventualmente pondrá a disposición con código abierto, para llevar conectividad a lugares remotos y rurales. FarmVibes.AI está disponibles para desarrolladores en México, están abiertas para que investigadores y científicos de datos puedan basarse en ellas para convertir los datos agrícolas en acciones que ayuden a aumentar los rendimientos y reducir costos, https://expansion.mx/tecnologia/2023/03/13/microsoft-muestra-el-camino-hacia-el-sector-agricola-del-futuro. Fecha de consulta 28 de marzo del 2023.

Las ventajas que ofrece la agricultura 4.0 se observan en los resultados se expresan en disminución de costos de operación, aumento de la eficiencia, mejora de la calidad de los productos y reducción del impacto medioambiental negativo, la tecnología de información se pueden obtener ventajas competitivas, https://biblioteca.inia.cl/bitstream/handle/20.500.14001/4011/NR42318.pdf?sequence=1, reducción de trabajo de los pequeños productores, en la intensificación de la producción sostenible al introducir procedimientos de la agricultura de precisión para optimizar los recursos, la reducción de insumos, a pesar de estas y otras más ventajas, aún existen desafíos técnicos, económicos y sociales respecto a la capacitación y a la necesidades de adaptación y adopción de estas tecnologías, Santos Valle, S., Kienzle, J. 2021.

REFERENCIAS

Vargas Q. Paula. https://biblioteca.inia.cl/bitstream/handle/20.500.14001/4011/NR42318.pdf?sequence=1 Fecha de consulta 03 de marzo del 2023.

extension://elhekieabhbkpmcefcoobjddigjcaadp/https://www.conacyt.gov.py/sites/default/files/upload_editores/u294/Agricultura4.0.pdf Fecha de consulta 03 de marzo del 2023.

https://www.industri-sl.com/blog/agricultura-retos-soluciones/. Fecha de consulta 25 de marzo del 2023.

https://expansion.mx/tecnologia/2023/03/13/microsoft-muestra-el-camino-hacia-el-sector-agricola-del-futuro. Fecha de consulta 28 de marzo del 2023.

Quiroga Canaviri Jorge León. 2019. Conceptualización de la Agricultura 4.0: su incidencia en América Latina y El Caribe. Paz, Bolivia.

Santos Valle, S., Kienzle, J. 2021. Agricultura 4.0, Robótica agrícola y equipos automatizados para la producción agrícola sostenible. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. Roma.

Trendov M. Nikola, Varas Samuel, Zeng Meng. 2019. Tecnologías digitales en la agricultura y las zonas rurales, documento de orientación. Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).

Universidad Autónoma del Estado de México. 2015. Licenciatura de Ingeniero Agrónomo Fitotecnista, Facultad de Ciencias Agrícolas. México.

CAPÍTULO 14

DOCENTE INNOVADOR INCLUSIVO Y EL USO DE LAS TIC COMO ESTRATEGIA INTEGRADORA GENERANDO TAC, TEC/TEP Y TRIC INNOVACIÓN, ESTRATEGIA DE NEGOCIOS, ACADEMIA

Data de aceite: 02/10/2023

Omar Hernán Nova Jaimes
C.P.
Contaduría Publica
FCSE

Abigail Tello Ríos
Ingeniería de Sistemas
Ingeniería de Sistemas
FCNI

Sandra Marcela Espitia
C.P.
Contaduría Publica
FCSE

Diana Catalina Santamaria
Ingeniera Financiera
Administración Financiera
FCSE

RESUMEN: El artículo aborda el pensamiento sistémico en la academia y se centra en cómo preparar a los futuros profesionales y el papel del maestro en generar un cambio en la enseñanza utilizando Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC). Se destaca la importancia de las Tecnologías de Aprendizaje y Conocimiento para promover la investigación formativa y mejorar el modelo tradicional de enseñanza-aprendizaje. Se menciona la evolución hacia un modelo constructivista conectivo que permite la interacción con la sociedad a través de las TIC y un entorno TEP, TRIC fomentando la participación social. La cual lleva a replantear el modelo sobre las necesidades del mundo actual y reflexionar sobre los cambios en la formación profesional integral, la innovación académica y el desarrollo laboral, donde deben generar nuevos valores que se destaquen y se enfaticen en la capacitación de profesionales en el uso de la tecnología de la información para enfrentar las demandas de la globalización. El artículo también revisa el desarrollo de las TIC, desde los procesos académicos, resaltando su papel en la sociedad interactuando con la investigacion y la extensión empresarial y social y su importancia desde la educación. Para las UNIDADES TECNOLOGICAS DE SANTANDER - UTS, el uso de las TIC en la educación representa nuevos desafíos y requiere un cambio metodológico para garantizar una educación inclusiva de calidad, pero a su vez están está contempladas en el PEI. Donde se propone una metodología educativa innovadora que utiliza las TIC - TAC – TEP - TRIC para superar las barreras de aprendizaje y apoyar

a los docentes universitarios en la formación, desarrollo de habilidades y buenas prácticas educativas, especialmente en la inclusión de estudiantes con discapacidad. En resumen, el artículo plantea la importancia del pensamiento sistémico y las TIC en la formación de profesionales, destacando la necesidad de una educación innovadora e inclusiva en respuesta a los cambios de la sociedad actual. Donde propone el uso de las TIC como herramienta para mejorar la enseñanza y desarrollar habilidades y competencias docentes y estudiantil para abordar los desafíos que presenta la inclusión en la educación universitaria.
PALABRAS CLAVES: TIC, TAC, TEC, TRIC, Aplicativo, Financiero, Costos, presupuesto, Auditoria, Sistemas de información PYME, microempresa, Inclusión, Innovación, Modelo Educativo.

ABSTRACT: The article addresses the systemic thinking in academia and focuses on how to prepare future professionals and the role of teachers in bringing about a change in education using Information and Communication Technologies (ICT). It highlights the importance of Learning and Knowledge Technologies in promoting formative research and improving the traditional teaching-learning model. It mentions the evolution towards a connective constructivist model that enables interaction with society through ICT and a TEP (Technology-Enhanced Pedagogy) environment, fostering social participation. This leads to a rethinking of the model in line with the current world's needs and a reflection on comprehensive professional training, academic innovation, and career development, emphasizing the necessity to cultivate new values that emphasize the training of professionals in using information technology to meet globalization's demands. The article also reviews the development of ICT from academic perspectives, emphasizing its role in society, including interaction with research and business and social extension, and its significance in education. For the Technological Units of Santander - UTS, the use of ICT in education poses new challenges and requires a methodological shift to ensure inclusive and quality education, which is also contemplated in the Institutional Education Project (PEI). It proposes an innovative educational methodology that utilizes ICT - TAC - TEP - TRIC to overcome learning barriers and support university teachers in training, skills development, and good educational practices, particularly in the inclusion of students with disabilities. In summary, the article highlights the importance of systemic thinking and ICT in professional education, emphasizing the need for innovative and inclusive education in response to contemporary societal changes. It suggests using ICT as a tool to enhance teaching and develop teacher and student competencies to address the challenges of inclusion in higher education.
KEYWORDS: ICT, TAC, TEC, TRIC, Application, Financial, Costs, Budget, Audit, Information Systems, SME, Microenterprise, Inclusion, Innovation, Educational Model.

RESUMO: O artigo aborda o pensamento sistêmico na academia e concentra-se em como preparar futuros profissionais e o papel do professor em promover uma mudança no ensino utilizando Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Destaca-se a importância das Tecnologias de Aprendizagem e Conhecimento para promover a pesquisa formativa e melhorar o modelo tradicional de ensino-aprendizagem. Menciona-se a evolução em direção a um modelo construtivista conectivo que permite a interação com a sociedade por meio das TIC e um ambiente TEP, TRIC, fomentando a participação social. Isso leva a repensar o

modelo com base nas necessidades do mundo atual e refletir sobre as mudanças na formação profissional integral, inovação acadêmica e desenvolvimento profissional, enfatizando a necessidade de gerar novos valores que enfatizem a capacitação de profissionais no uso da tecnologia da informação para enfrentar as demandas da globalização. O artigo também revisa o desenvolvimento das TIC, desde os processos acadêmicos, destacando seu papel na sociedade, interagindo com a pesquisa e a extensão empresarial e social, e sua importância na educação. Para as UNIDADES TECNOLÓGICAS DE SANTANDER - UTS, o uso das TIC na educação representa novos desafios e exige uma mudança metodológica para garantir uma educação inclusiva de qualidade, mas também está contemplado no PEI. Propõe-se uma metodologia educacional inovadora que utiliza TIC - TAC - TEP - TRIC para superar as barreiras de aprendizagem e apoiar os professores universitários na formação, desenvolvimento de habilidades e boas práticas educacionais, especialmente na inclusão de estudantes com deficiência. Em resumo, o artigo destaca a importância do pensamento sistêmico e das TIC na formação de profissionais, enfatizando a necessidade de uma educação inovadora e inclusiva em resposta às mudanças na sociedade atual. Propõe o uso das TIC como ferramenta para melhorar o ensino e desenvolver competências docentes e estudantis para enfrentar os desafios da inclusão no ensino universitário.
PALAVRAS-CHAVE: TIC, TAC, TEC, TRIC, Aplicativo, Financeiro, Custos, Orçamento, Auditoria, Sistemas de Informação PME, microempresa, Inclusão, Inovação, Modelo Educacional.

1 I INTRODUCCIÓN

Los modelos educativos actuales deben cambiar su enfoque teórico e incorporar metodologías activas mediante el uso de las TIC, para poder generar un modelo conectivista constructivista que prepare a los alumnos para impulsar el emprendimiento e innovación en las economías locales, que a su vez impulsan la sociedad global. Lo Anterior es la base para las organizaciones de todo tipo que se enfocan en lograr sus objetivos de crecimiento y desarrollo mediante el aprovechamiento de la tecnología para la innovación y la sistematización de procesos académicos y empresariales.

Este nuevo enfoque académico ha dado lugar a una nueva era o revolución industrial que tiene como objetivo acelerar los tiempos de operación y desarrollar nuevas habilidades y destrezas en la comunidad académica y empresarial, esto conlleva a sentar las bases para la preparación de los alumnos como individuos con propósitos claros para la vida, capaces de proporcionar soluciones oportunas a los desafíos emergentes y convertirse en agentes de cambio.

El propósito de la investigación realizada en el aula de clase es incorporar metodologías activas que inicien dinámicas innovadoras en la labor docente y en los nuevos roles de los alumnos, utilizando herramientas TIC en el trabajo académico.

Estas metodologías se enfocarán en la comunicación asertiva y la sinergia global, lo que conlleva a crear espacios en las redes sociales destinados al uso de las TAC, con el propósito de forjar nuevos espacios académicos para desarrollar un contexto socio-

tecnológico que cree un ambiente adecuado para un modelo educativo que responda a las necesidades formativas de los alumnos en los entornos en los que ellos se desenvuelven, lo cual conllevan a tomar tecnologías para así seleccionarlas y adoptándolas en los estudiantes para impulsar el saber conocer, hacer y ser, siendo esta el componente pedagógico.

Al utilizar las redes sociales y los medios digitales se generan espacios para el conocimiento, el intercambio de información y para adquirir contenidos educativos que permitan desarrollar soluciones para la comunidad empresarial.

Esto conlleva al desarrollo de las TEC o TEP (Tecnologías para la Educación y la Colaboración / tecnologías para el empoderamiento y la participación), que tienen como fundamento generar soluciones a problemas que surgen en la sociedad dentro de su cotidianidad, y que deben proponer una interacción activa con los actores involucrados en el proceso, orientados mediante el uso de las TIC y el diseño de soluciones informáticas por parte de los estudiantes hacia los procesos empresariales y académicos formativos, desarrollando en ellos fortalezas y habilidades en la gestión, uso y desarrollo de herramientas digitales y el uso de las TIC.

Lo anterior suponen ser el gran paso donde el aprendizaje evoluciona mediante los medios digitales, generando y facilitando la sinergia en equipo y el desarrollo autónomo del proceso enseñanza- aprendizaje mediante simulaciones diarias en empresas reales.

Esto conlleva dimensionar el mundo actual y el avance de la tecnología que ha tenido un impacto significativo en el ámbito educativo. Las Tecnologías de la Relación, Información y Comunicación (TRIC) han surgido como la más reciente evolución en el uso de tecnologías, ofreciendo nuevas oportunidades para transformar la forma en que enseñamos y aprendemos. Estas TRIC permiten a los docentes cambiar su rol tradicional y convertirse en guías del proceso de aprendizaje, brindando un enfoque más centrado en el estudiante y promoviendo una mayor interacción entre ellos en un plano comunicativo horizontal.

El aula se ha convertido en un escenario dinámico, libre de diferencias comunicativas, donde las TRIC facilitan la creación de relaciones sociales más sólidas y colaborativas entre alumnos y docentes. Las actividades de carácter práctico, potenciadas por estas tecnologías, permiten que el aprendizaje sea más significativo y motivador para los estudiantes.

Explorando cómo las TRIC han revolucionado el proceso educativo, impulsando una enseñanza más interactiva y personalizada, y cómo han generado un ambiente de aprendizaje enriquecedor que se adapta a las necesidades del mundo actual. Las TRIC, donde nos invitan a reflexionar sobre cómo podemos aprovechar al máximo estas herramientas para promover un aprendizaje efectivo y potenciar el desarrollo de habilidades clave en los estudiantes, preparándolos para enfrentar los desafíos de la sociedad actual y futura.

El proyecto desde el aula de clase se convierte en un ambiente de innovación,

donde al final del aprendizaje se demuestra que el uso de las herramientas TIC es esencial para el desarrollo de proyectos integradores dentro y fuera del aula, forjando un contexto de integración cognitiva para apoyar aquellos procesos cognitivos donde haya deficiencias o para iniciar e incorporar el conocimiento conceptual al conocimiento actitudinal y la integración del ser.

Esto demuestra que el apoyo a los procesos académicos, con la implementación de las TIC enfocadas al desarrollo de las TAC TEC/TEP, TRIC, facilita el aprendizaje autónomo y cooperativo. Convirtiéndose en metodologías activas por parte de la academia e investigación, indicando que son fundamentales y desempeñan un papel más proactivo y colaborativo en el trabajo autónomo dentro del proceso de capacitación de los estudiantes, además de incidir en la apropiación de conocimientos para el desarrollo cognitivo, enfatizando el emprendimiento, tanto como tecnólogos, profesionales o para iniciar la generación de su propia empresa.

De igual manera, se orienta hacia la búsqueda y desarrollo de soluciones a problemas reales en sectores productivos que incorporan los procesos de investigación e innovación, ya que reúne todos estos elementos en el estudio de caso, basado en problemas reales, incorporando las necesidades de las empresas y el diseño de herramientas dentro del proyecto integrador.

Este proyecto aborda una problemática tomada desde el punto de vista académico y empresarial, permitiendo a cualquier tipo de usuario la utilización de una herramienta que le permitirá simular y detallar transacciones contables, de costos, administrativas, organizacionales, de mercadeo, financieras, mediante el uso de Excel, herramientas TIC, MOOC entre otras tecnologías, hacia un aplicativo web que permite obtener resultados en tiempo real.

Los procesos educativos actuales están centrados en ser cada día más eficaces y actualizados, por lo que la tendencia en la implementación de las TIC en los procesos de formación lleva a la necesidad de aplicar nuevos modelos de aprendizaje. En este artículo se plantean los beneficios del modelo educativo “pervasive learning” (aprendizaje omnipresente o “p-learning”), y se destaca la aplicabilidad de las herramientas TIC dentro de este proceso. Se realiza un análisis en distintas áreas y se toman en cuenta diferentes artículos relacionados con el pervasive learning encontrados en diferentes bases de datos como ebsco, google académico, ieee, latindex, proquest, redalyc, scielo, science direct. Entre otros bases de datos. Posteriormente, se realiza una selección de acuerdo con la temática relacionada con el p-learning, abordando interrogantes como ¿de qué manera ha sido aplicado el p-learning? y ¿cómo han sido implementados los escenarios bajo esta modalidad en diferentes contextos? Este artículo se centra en un proceso de investigación e indagación sobre experiencias relacionadas con la modalidad del p-learning para realizar un análisis sobre sus características, metodologías, conceptualización, importancia y ventajas, resaltando la aplicabilidad de las TIC en este modelo educativo. El p-learning

permite y promueve el aprendizaje autónomo, autorregulado y colaborativo (Ruiz Bolívar, 2008), y también se conoce como aprendizaje mixto, que combina sesiones presenciales y virtuales, fomentando la interactividad y motivación a través del trabajo colaborativo entre estudiantes y docentes y empresarios.

2 I JUSTIFICACIÓN

El desarrollo de este proyecto se tuvo en cuenta factores como la innovación académica, diversificación de modelos pedagógicos, aplicación y usos de las TIC como cambio de formación, interacción con la sociedad y uso de las TIC para generar TAC y crear ambientes TEC/ TEP, TRIC para formar alumnos con competencias TIC, todas estas son características que todo profesional o tecnólogo debe tener hoy en día en un mundo globalizante e inclusivo, todo esto con el propósito de cambiar el modelo tradicional a un modelo más inclusivo, en pro de la búsqueda de la calidad en la educación, promover la política pública e incentivar el desarrollo innovador en la labor docente, de igual manera motivar el aprendizaje de los alumnos, en competencias laborales, proponiendo la interacción con la sociedad y así facilitar, la solución a problemas cotidianos en los microempresarios.

Ante estas exigencias dadas por un entorno globalizado en los procesos académicos de la educación superior, surgen innumerables incógnitas acerca de cómo lograr todo esto, encontrándose cada vez más con la misma respuesta; el uso de nuevas tecnologías y su adaptación a los procesos y modelos formativos y la resistencia que surge en los modelos actuales, lo que conllevo al gobierno a reglamentar y generar normas que obliguen a las IES a mejorar en los sistemas de calidad y la orientación al uso de las TIC en los diferentes programas académicos, las cuales se fundamentan en las siguientes leyes:

Ley 1450 de 2011. Conectividad en Establecimientos Educativos, en su Artículo 149 El Gobierno Nacional en cabeza del Ministerio de Educación Nacional y el Ministerio de Tecnologías de Información y las Comunicaciones, promoverán el programa de Conexión Total con el objeto de fortalecer las competencias de los estudiantes en el uso de las TIC mediante la ampliación de la conectividad de los establecimientos educativos, la generación y uso de los contenidos educativos a través de la red y el mejoramiento de la cobertura, la calidad y la pertinencia de los procesos de formación. Los operadores de esta conexión, podrán ser empresas de carácter público o privado de telecomunicaciones que acrediten la experiencia comprobada en el sector. (MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL MEN, 2011)

De igual manera se dispone de otras disipaciones referentes al marco legal del uso de las TIC en Colombia como lo determina, la Constitución Política de Colombia promueve el uso activo de las TIC como herramienta para reducir las brechas económica, social y digital en materia de soluciones informáticas representada en la proclamación de los

principios de justicia, equidad, educación, salud, cultura y transparencia.

La Ley 115 de 1994, también denominada Ley General de Educación dentro de los fines de la educación, el numeral 13 cita la promoción en la persona y en la sociedad de la capacidad para crear, investigar, adoptar la tecnología que se requiere en los procesos de desarrollo del país y le permita al educando ingresar al sector productivo" (Artículo 5), la Ley 715 de 2001 que ha brindado la oportunidad de trascender desde un sector "con baja cantidad y calidad de información a un sector con un conjunto completo de información pertinente, oportuna y de calidad en diferentes aspectos relevantes para la gestión de cada nivel en el sector" (Plan Nacional de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, 2008: 35),

La Ley 1341 del 30 de julio de 2009 es una de las muestras más claras del esfuerzo del gobierno colombino por brindarle al país un marco normativo para el desarrollo del sector de Tecnologías de Información y Comunicaciones; esta Ley promueve el acceso y uso de las TIC a través de su masificación, garantiza la libre competencia, el uso eficiente de la infraestructura y el espectro, y en especial, fortalece la protección de los derechos de los usuarios. (Centro Educativo Santa Teresa, 2012)

Por lo anterior; la información que se genere en la elaboración de este proyecto va a construir las bases para seguir implementando y generando un modelo constructivista, conectivistas en la Facultad de las Ciencias Socioeconómicas y empresariales de las Unidades Tecnológicas de Santander UTS y avanzar sobre el uso de las TIC, generando las TAC, para fortalecer los conocimientos ya adquiridos sobre temas en las áreas de la facultad y generar una amiente TEC/TEP , TRIC para el desarrollo de aplicaciones digitales, de multimedia, aplicativos en Excel desarrollo de web, entre otras herramientas lo que va a favorecer en la creación de objetivos y estrategias más claras y sólidas, que permitan a las PYMES forjar mecanismos como alternativa económica y tecnológica que optimice los procesos y se genere estrategias didácticas, que unan la academia, la investigación y el sector real, como un modelo pedagógico inclusivo.

3 I PLANTEAMIENTO DE LA PROBLEMÁTICA

En los últimos años, las Instituciones de Educación Superior (IES) se han enfrentado a nuevos desafíos relacionados con la adopción de nuevos modelos educativos que incorporen las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). La integración efectiva de las TIC y la generación de espacios de empoderamiento y participación con la sociedad, la academia y la investigación son aspectos clave para asegurar una formación académica actualizada y relevante.

Aunque ha habido avances en la incorporación de las TIC en el ámbito educativo, aún persisten modelos tradicionales de enseñanza que no se adaptan completamente a las necesidades cambiantes de la sociedad. Es esencial que los docentes adquieran

habilidades y destrezas en el uso de las TIC para guiar el proceso de aprendizaje y fomentar un enfoque más constructivista y participativo desde el aula.

Para lograr esto, es necesario que las TIC se integren de manera holística y se conviertan en una herramienta integral para cambiar los enfoques pedagógicos y generar un ambiente de investigación e innovación en el aula. La implementación de metodologías activas y el desarrollo del pensamiento crítico y sistémico son fundamentales para potenciar el aprendizaje de los estudiantes y prepararlos para enfrentar los retos de la sociedad.

El análisis inicial revela que algunos estudiantes todavía están en un nivel básico respecto al uso de las TIC y las TAC como herramientas comunicativas y de aprendizaje. Para lograr una integración efectiva, es necesario enlazar las problemáticas sociales y empresariales en un entorno TEC/TEP, TRIC que integre la academia, la investigación y la sociedad como un todo participativo y empoderado para generar soluciones.

Las IES en Colombia han venido adaptándose a estos cambios y han implementado las TIC de manera innovadora. Sin embargo, aún hay retos que afrontar, y es crucial que los proyectos educativos institucionales (PEI) estén alineados con las políticas educativas del gobierno y generen modelos innovadores que potencien los roles de los actores involucrados.

El reciente Decreto 1280 de 2018 en Colombia ha reglamentado el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior y destaca la importancia de asegurar la calidad institucional y de programas mediante la evaluación y la acreditación de alta calidad.

De esta manera vemos como la reciente legislación colombiana expide, el 25 de julio de 2018 el Decreto 1280 de 2018, por el cual se reglamenta el Sistema de Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior, el registro calificado de que trata la Ley 1188 de 2008 y los artículos 53 y 54 de la Ley 30 de 1992 sobre acreditación, por lo que se subrogan los Capítulos 2 y 7 del Título 3 parte 5 del Decreto 1075 de 2015.

En conclusión, la integración efectiva de las TIC y la generación de espacios de participación y empoderamiento son fundamentales para mejorar la calidad de la educación en las IES y preparar a los estudiantes para enfrentar los desafíos de la sociedad actual y futura. Es un proceso en constante evolución que requiere el compromiso de docentes, directivos y autoridades educativas para lograr una formación académica más dinámica, relevante e innovadora.

Las IES propenderán por la consolidación de sus propios sistemas internos de aseguramiento de la calidad académica, de manera que estos les permitan apropiar los procesos y herramientas pertinentes orientados al mejoramiento continuo de las instituciones y de los programas académicos que desarrollan, las cuales evaluaran aspectos referentes a los Estudiantes, Profesores, Egresados, Investigación, Bienestar, Gobierno Institucional, Planeación y Mejoramiento de la Calidad, Infraestructura y Recursos Financieros los anteriores como condiciones institucionales y Profesores, Gestión Curricular, Medios

Educativos, Extensión, Interacción Nacional e Internacional e Investigación (Pregrado, Maestrías y Doctorados) como condiciones de los programas, lo cual demuestra la importancia del uso de las TIC; TAC Y TEC/TEP, TRIC, las cuales están inmersas en las condiciones que evalúa el MEN. (Ministerio de Educaion Nacional - MEN, 2018)

Con base en lo expuesto, se presenta la propuesta de implementar el uso de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) de manera integral en los procesos académicos, con el objetivo de beneficiar tanto a los alumnos como a la sociedad empresarial. La idea es facilitar el acceso a los conocimientos impartidos en la comunidad académica, fomentando la generación de investigación y extensión.

Para lograrlo, se buscará promover una enseñanza más interactiva y participativa, utilizando las TIC como herramientas para enriquecer el proceso de aprendizaje. Los docentes desempeñarán un papel fundamental como guías y facilitadores, fomentando la creatividad y el pensamiento crítico de los alumnos.

Además, se impulsará la colaboración entre la academia y la sociedad empresarial, buscando generar soluciones conjuntas a problemáticas reales y fomentando la innovación en los distintos sectores productivos. La investigación académica se orientará hacia temas de relevancia y aplicación práctica, contribuyendo así al desarrollo y progreso de la comunidad en general.

Asimismo, se promoverá la extensión universitaria, llevando el conocimiento y las capacidades desarrolladas en el ámbito académico hacia la sociedad, a través de proyectos y programas que beneficien a la comunidad y promuevan la inclusión y el bienestar social.

Esta propuesta implica un enfoque pedagógico constructivista, donde el estudiante se convierte en el protagonista de su propio aprendizaje, utilizando las TIC como herramientas para explorar, investigar y desarrollar sus habilidades y competencias.

En resumen, la implementación efectiva de las TIC en los procesos académicos tiene como objetivo beneficiar a los alumnos y a la sociedad empresarial, fomentando la investigación, la extensión y la colaboración entre la academia y la comunidad. Esta propuesta se basa en un enfoque constructivista, promoviendo un aprendizaje activo, colaborativo y significativo, que prepara a los estudiantes para enfrentar los desafíos del mundo actual y contribuir al desarrollo sostenible de la sociedad. Lo que nos conlleva a plantear lo siguiente:

¿De qué manera el desarrollo de procesos académicos mediados en TIC, generan entornos TAC y espacios TEC/TEP, TRIC que promuevan el cambio de un modelo académico y el desarrollo de soluciones a necesidades sociales y empresariales?

4 | OBJETIVOS

4.1 Objetivo general

Instaurar las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como herramientas académicas fundamentales para la construcción de un modelo educativo constructivista y eficaz, con enfoque pedagógico, como estrategia didácticas para potenciar el aprendizaje activo y significativo de los estudiantes generando TAC, TEC/TEP, TRIC.

4.2 Objetivos específicos

- Fortalecer el trabajo colaborativo como medio para acercar y aprovechar las nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) como recursos didácticos en el aula. El objetivo es enriquecer el proceso formativo y mejorar la comunicación entre docentes y estudiantes.

Promover la innovación y habilidades multimedia en profesores y estudiantes generando las sinergias entre ambas partes hacia un aprendizaje aumentado y enriquecido, buscando un entorno educativo más innovador y dinámico, que motive a los estudiantes a explorar su creatividad y desarrollar habilidades para enfrentar los retos del siglo XXI.

Desarrollar un entorno TIC integral que permita la implementación efectiva de tecnologías en el ámbito académico e investigativo, con el objetivo de generar herramientas que contribuyan a resolver problemáticas en el entorno social y empresarial.

5 | ANTECEDENTES

5.1 EL USO DE LAS TIC EN EL AULA: UN ANÁLISIS EN TÉRMINOS DE EFECTIVIDAD Y EFICACIA.

La ponencia presentada en el Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación de los autores Mtra. Leydi Hernández Espinoza, Dr. Jorge Antonio S. Acevedo Martínez, Dr. Carlos Martínez Álvarez y la Dra. Blasa Celerina Cruz Cabrera; del Instituto Tecnológico de Oaxaca, presenta un estudio sobre el uso de las TIC, en la búsqueda por mejorar la calidad de la educación, la política pública propone una serie de intervenciones para facilitar la labor docente y motivar el aprendizaje de los estudiantes. Donde buscan una estrategia para complementar y fortalecer el proceso de enseñanza-aprendizaje presencial, por su capacidad para limitar la dependencia espacio-temporal entre el profesor y el alumno, y propiciar ambientes interactivos de aprendizaje.

El objetivo de la propuesta es examinar la incorporación, en términos de efectividad y eficacia, de las TIC en la educación media superior (EMS), mediante el análisis de las actitudes y aptitudes de los actores en el uso de los recursos tecnológicos; para generar propuestas de reflexión acerca de la incorporación de las TIC que promueva el aprendizaje significativo. La unidad de estudio, son los estudiantes y docentes de dos planteles de

EMS, de bachillerato tecnológico rurales del estado de Oaxaca, México. La metodología desarrolla un referente etnográfico de observación participante del trabajo en el aula y entrevistas semi-estructuradas y a profundidad a docentes y directivos de las instituciones educativas, además de la aplicación de una encuesta a los alumnos del subsistema de EMS analizado en el estado. Los resultados que se presentan corresponden a la fase exploratoria del estudio. (HERNÁNDEZ,, ACEVEDO, , MARTÍNEZ, , & CRUZ, , 2014)

5.2 INTEGRACIÓN DE LAS TIC EN LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE DE LA ESPECIALIDAD DE PEDAGOGÍA EN LOS CONSERVATORIOS SUPERIORES DE MÚSICA.

Este proyecto de Tesis Doctoral, los autores Nuria Díez Latorre y Xavier Carrera Farran exponen; en esta investigación analiza la integración de Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en los procesos de enseñanza-aprendizaje de los futuros pedagogos de música. Para ello se ha tomado en consideración la perspectiva del profesorado de los departamentos de Pedagogía de 14 conservatorios superiores españoles. Los datos se han recogido a partir de un cuestionario y un grupo de discusión. En general la predisposición a utilizar las TIC es alta, pero se basa en criterios de acceso a recursos y eficacia en las tareas docentes más que al fomento de prácticas pedagógicas innovadoras. (Diez, L. & Carrera, F., 2018)

5.3 LAS TIC Y SU USO COMO PROCESO DE MEDIACIÓN PEDAGÓGICA CON ESTUDIANTES DEL GRADO NOVENO DE LA INSTITUCIÓN EDUCATIVA SAN AGUSTÍN DE SAMANÁ CALDAS.

La autora Alexandra María Montes Cardona, expresa, La obra de conocimiento fruto del proceso de investigación se realizó en la Institución

Educativa San Agustín ubicada en el área urbana del municipio de Samaná departamento de Caldas, con estudiantes y profesores del grado noveno; dicha obra de conocimiento contó con un enfoque cualitativo y un estudio de corte descriptivo el cual utilizó la encuesta y la observación directa como técnicas de recolección de datos en el trabajo de campo.

La investigación permitió determinar el grado de apropiación y uso de las TIC en los diferentes procesos de enseñanza – aprendizaje; igualmente, a partir de un análisis de los datos recolectados se generaron unas recomendaciones para que las directivas de la Institución previo análisis de ellas, estudien su viabilidad y la posible aplicación de las mismas en las asignaturas que conforman el currículo.

Palabras claves: uso, herramientas, aplicaciones, mediación pedagógica, TIC. (Montes, C., 2018)

5.4 TIC Y CONTEXTOS EDUCATIVOS: FRECUENCIA DE USO Y FUNCIÓN POR UNIVERSITARIOS.

Las autoras Paola Jazmín Tirado Lara y María del Pilar Roque Hernández, expresan en su trabajo de investigación, Las TIC han cambiado el aprendizaje y la enseñanza en los diferentes contextos educativos, producto del aumento de la matrícula (pregrado) y los internautas. Para determinar la frecuencia de uso y función que estudiantes de una universidad pública mexicanadan a las TIC en los contextos educativos, participaron 309 alumnos voluntarios, seleccionados no probabilísticamente y por cuotas. Se diseñó y aplicó una escala tipo Likert conformada por 46 reactivos. Los estudiantes utilizaban las TIC de forma más receptiva que para producir información y en contextos informales con un uso recreativo y comunicativo. Deben promoverse las TIC en la educación superior, con planes de acción que adapten las habilidades informales de los universitarios, a competencias tecnológicas adecuadas a la educación formal.

Palabras clave: Tecnologías de la Información y Comunicación, Educación superior, Alfabetización digital, Evaluación psicológica, Espacios educativos. (Tirado, L. & Roque, H., 2019)

5.5 TESIS DOCTORAL, ESTRATEGIAS PARA EL USO DE LAS TIC EN LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA Y APRENDIZAJE EN EL ÁREA DE ECONOMÍA Y EMPRESA EN LA EDUCACIÓN SECUNDARIA.

We felt there were reasons to consider whether ICTs (information and communication technologies) help improve teaching and learning processes, so we decided to look into good teaching practices in order to improve their use in the classroom teaching of Economics and Business. With regard to our field of research and the stages of Compulsory Secondary Education (ESO), General Education or Baccalaureate (Bachillerato) and Vocational Education (Formación Profesional), the main reasons we discovered were: educational, workplace preparation and social nature.

The main goal has been to investigate the educational potential of ICTs from the perspective of Economics teachers to help improve their use and incorpórate them more effectively in their teaching and learning proposals and processes.

The following research objectives were therefore established:

1. Gain a closer understanding of the actual use of ICTs by teachers who teach Economics and Business subjects in state schools in the Madrid Region.

2. Determine whether ICTs help improve teaching and learning processes in Economics subjects and modules and find out teachers opinion of this.

3. Determine whether teachers perceive their educational experience as positive and effective and investigate the aspects they most value.

4. Investigate how Economics and Business teachers use ICTs to improve teaching-

learning processes and identify good practices that might guide other teachers.

5. Prepare a proposal for teaching Economics and Business with ICTs. . (Gutierrez, R., 2014)

5.6 TESIS MAESTRIA, DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CONTABLE - COSTOS HACIENDO USO DEL MOOC COMO MEDIACIÓN PEDAGÓGICA EN LA UTS.

Los autores Omar Hernán Nova Jaimes y Fabio Angarita Reina, expresan; La incorporación de nuevos modelos pedagógicos y didácticas pedagógicas han sido la inquietud de la evolución en la educación a lo largo del tiempo, las teorías pedagógicas cada vez se interrelacionan con los procesos tecnológicos y de comunicación entre los diferentes actores que comprenden la comunidad académica, investigativa y en el desarrollo de la extensión con la sociedad y la empresa, por lo que es necesario integrar las tecnologías en los procesos formativos generando innovación y creatividad en el aula de clase, mediante herramientas virtuales en los planes de curso, conforme a lo anterior y según los resultados estadísticos del estudio realizado por la Oficina de Desarrollo Académico ODA, conlleva a plantear la implementación de MOOC dentro del proceso formativo presencial y apoyo al proceso de acompañamiento estudiantil como las tutorías mediante esta herramienta virtual, con el fin de elevar el rendimiento académico en los estudiantes de los programas de la Facultad de ciencias socioeconómicas y empresariales de las UTS, además motivar a docentes a generar procesos de innovación y uso de las TIC en la implementando de herramientas digitales como didácticas pedagógicas, usando los MOOC. El trabajo de investigación se dirige a la comunidad académica para optimizar procesos académicos en el curso de costos, mediante el MOOC, como una herramienta de aprendizaje virtual, presencial o mixto, con un diseño instruccional y tecnológico que se incorpora al ámbito de la educación y las TIC, siguiendo las tendencias y modelos mediados en TIC. El desarrollo del MOOC, permitirá crear habilidades y destrezas en el proceso de aprendizaje y moverse en un entorno virtual de formación y nociones en el uso de la virtualidad el cual forja nuevos conocimientos los cuales se convertirá en una práctica personal útil con valor agregado en el dominio de nuevas herramientas y uso de medios tecnológicos.

Palabras claves: MOOC, TIC, Educación e-learning, Costos, Tutorías. (Nova, J. & Angarita, R., 2018)

5.7 LAS TIC EN LA NORMATIVA PARA LOS PROGRAMAS DE EDUCACIÓN SUPERIOR EN COLOMBIA.

Este artículo realiza una revisión sobre la formulación y evolución de la normativa relacionada con las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), en los procesos de registro calificado y de acreditación de alta calidad, en los programas académicos de Educación Superior de Colombia y su implementación en la Universidad Nacional de Colombia (UNAL) y en la Universidad Pedagógica y Tecnológica de Colombia (UPTC). El

análisis cualitativo, estuvo enmarcado en la línea Historia de la Educación con un enfoque en Educación Comparada. Se examinaron fuentes documentales primarias y secundarias. La valoración obligatoria de las TIC, hizo énfasis en indicadores referentes a infraestructura en TIC, a pesar de que las normas también indagan sobre capacitación y uso de estas tecnologías, aspectos en los cuales debe fortalecerse el seguimiento sistemático. La normativa debe enfatizar en la apropiación pedagógica por parte de los profesores, lo que impulsaría acciones y estrategias al interior de las universidades, además de manifestar procedimientos para la integración curricular, pedagógica y/o estrategias institucionales para asegurar su uso y obtener los beneficios proyectados de la tecnología para la educación.

Keywords: Política educativa; calidad de la educación; medios educativos; tecnología educativa; tecnologías de la información y la comunicación. (Mesa. J. & Forero. R., 2016)

5.8 PERFIL DOCENTE CON VISIÓN INCLUSIVA: TICTAC-TEP Y LAS HABILIDADES DOCENTES.

Este articulo realza una investigacion La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la educación tradicional representa un desafío para la Universidad Francisco de Paula Santander (UFPS) y sus docentes. Se busca implementar una propuesta educativa innovadora que utilice las TIC, TAC y TEP para superar las barreras de aprendizaje de los estudiantes y apoyar a los docentes universitarios de Ingeniería en la creación de nuevas estrategias formativas. El estudio, de naturaleza descriptiva y exploratoria, analiza las necesidades y percepciones de los docentes, enfocándose en la inclusión de estudiantes con discapacidades visuales y auditivas. El resultado es una propuesta que describe las competencias y habilidades docentes necesarias para enfrentar los retos de la inclusión. En conclusión, se destacan las acciones que los docentes deben considerar para implementar una educación disruptiva en el aula, asegurando una educación inclusiva de calidad mediante el uso efectivo de las TIC.

Palabras clave: educación inclusiva; perfil docente; practicas educativas. (Rodriguez. T. & Gallardo. P., 2020)

5.9 Modelo Espiral de Competencias Docentes TICTACTEP aplicado al Desarrollo de Competencias Digitales Spiral Model of Teaching Skills TICTACTEP applied to Digital Skills Development

El objetivo central de este artículo es difundir ante la comunidad científica y académica el Modelo de Desarrollo Espiral de Competencias TICTACTEP, diseñado por Pinto, Cortés, Díaz, Rodríguez, Atrio y Alfaro en 2014, como una herramienta para fortalecer la labor docente. El modelo se fundamenta en los lineamientos del Pentágono de Competencias TIC del Ministerio de Educación Nacional (MEN, 2013), las dimensiones propuestas por Reig (2011) sobre TIC, TAC y TEP, así como las teorías Construccionista de Papert (1985) y de la complejidad de Morin (1987).

La metodología adoptada fue una aproximación meta-analítica, incorporando 10

modelos relacionados con el uso y apropiación de las TIC en la educación. A través de este enfoque, se realizó un análisis estratégico tipo FODA para evaluar de manera integral el Modelo Espiral de Competencias TICTACTEP, considerando sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en el contexto de los desafíos contemporáneos de la educación.

En conclusión, este estudio presenta una visión profunda y analítica del Modelo de Desarrollo Espiral de Competencias TICTACTEP, resaltando su relevancia para mejorar la práctica docente y su potencial para abordar las demandas educativas actuales.

PALABRAS CLAVE: Tecnologías de Información y Comunicación (TIC), Tecnologías para el Aprendizaje y Conocimiento (TAC), Tecnologías para el Empoderamiento y la Participación (TEP), Modelo Espiral de competencias TICTACTEP. (Pinto. S., Díaz. C. , & Alfaro. C., 2016)

5.10 Estrategias TIC, TAC, TRIC y TEP para la innovación tecno-pedagógica en docentes universitarios

El presente articulo aporta a nuestra investigacion un enfoque donde presentan que en la actualidad, resulta fundamental adoptar una postura abierta hacia las nuevas tecnologías y los ambientes de aprendizaje debido a que la educación universitaria ha experimentado un cambio hacia la virtualización, requiriendo que los docentes se apropien de innovadoras estrategias tecno-pedagógicas. El propósito de este artículo es describir las TIC, TAC, TRIC y TEP como estrategias tecno-pedagógicas que los docentes deben aplicar en este contexto.

La metodología empleada en el artículo se basa en una investigación documental con diseño bibliográfico. En conclusión, se destaca la necesidad de un cambio paradigmático en el uso de las TIC por parte del docente, especialmente ahora que se incorporan nuevas dimensiones como aprendizaje, conocimiento, relación, empoderamiento y participación. Esto implica que los educadores deben adaptarse y utilizar estas herramientas de manera efectiva para potenciar la enseñanza y promover un aprendizaje más enriquecedor y significativo para los estudiantes.

Descriptores: Estrategias TIC; estrategias tecno-pedagógicas; educación tecnológica. (Tesauro UNESCO). (Otero. A., Esteves. F., Suarez. M., & Montalván. C., 2023)

5.11 Caso de estudio: “TIC, TAC, TEP, TRIC en la Educación”

El texto publicado por la Universidad UTEL determina un caso de estudio el cual, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) han sido clasificadas con diversas terminologías según su enfoque hacia diferentes usos, como el trabajo en equipo, el aprendizaje y la participación, entre otros.

A nivel mundial, el uso de las tecnologías se ha arraigado en la vida cotidiana de la sociedad y ha permitido superar las barreras espacio-temporales. Sin embargo, este proceso de digitalización no ha sido instantáneo, ya que ha requerido décadas de desarrollo. Por ejemplo, el primer ordenador se comercializó en 1951, pero su adopción masiva en los

hogares se dio recién en 1984 debido a su alto costo.

Otro hito relevante en el avance de la digitalización fue la aparición de los teléfonos móviles, que han evolucionado significativamente hasta convertirse en smartphones, herramientas indispensables en la sociedad actual.

Estos avances tecnológicos han impulsado una gran evolución en la comunicación humana, siendo los ordenadores personales y los teléfonos móviles esenciales en la sociedad de la información. Así, las TIC se relacionan directamente con el surgimiento de estas tecnologías, y es importante reconocer que el término correcto es "TIC" en plural, sin necesidad de agregar "s" o utilizar apóstrofes como "TIC's" en algunos textos. (UTEL, 2023)

6 I METODOLOGÍA DE DESARROLLO

Para el desarrollo de esta propuesta de investigación, el cual surge de una problemática planteada al comienzo del trabajo, el cual se asignan los sujetos de estudio estudiantes de los cursos de Contabilidad general, Finanzas, Costos, Excel y la Contabilidad, entre otros, los cuales necesitan formarse con competencias y habilidades en el uso de las TIC de manera transversal a sus proceso formativos dentro de los contenidos de cada asignatura.

Lo anterior demuestra que la metodología utilizada en el desarrollo de la propuesta, es mixta ya que se utilizaron variables cuantitativas y cualitativas que se orientan al tipo es descriptivo, basado al objetivo general y al desarrollo de los objetivos específicos propuestos, y así dar solución a la problemática presentada.

El desarrollo de la propuesta se decidió implementar, dentro de los procesos académicos en las asignaturas impartidas, haciendo uso de las TIC como medio de comunicación de la información, generando ambientas para el aprendizaje y el conocimiento de las ciencias involucradas descritas anteriormente, el cual se construya basados en la problemática presentada, para luego interactuar con las empresas.

El objetivo es usar las TIC, TAC y TEC/TEP, TRIC, como pensamiento contable - costos para el desarrollo de una herramienta tecnológica, para implementar en el proceso académico y de tutorías, lo que llevo a hacer uso de diversos medios multimediales y digitales, como web, blog, MOOC, cartillas digitales, entre otros, como mediación pedagógica en la UTS.

Dentro del documento se describe posteriormente y se presenta la evidencia sobre los temas que se abordaron para el diseño de los contenidos académicos y el desarrollo de la Polimedia, además de las actividades, logrando así el alcance de la propuesta e implementado para estas la plataforma de Google Classroom y Symbaloo, lo que nos lleva al cumplimento con el objetivo y alcance de la propuesta, las cuales dan desarrollo al proyecto integrador para crear la herramienta en Excel, útil a la sociedad.

El propósito del proyecto integrador es despertar en el estudiante el gusto por

la investigación para que mediante el desarrollo del proyecto descubra alternativas de solución a problemas concretos del entorno organizacional y a su vez estas puedan convertirse en opciones de desempeño en el campo de formación.

La puesta en funcionamiento del proyecto integrador ha venido contribuyendo con el mejoramiento del aprendizaje de las asignaturas que lo conforman y se ha constituido en el diseño de una posible propuesta de trabajo de grado.

Las asesorías que se realizan con los profesores de las asignaturas que integran el proyecto se han convertido en una estrategia que ha facilitado el proceso de aprendizaje y ha permitido a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos al sector productivo, como:

1. Confecciones
2. Calzado
3. Alimentos
4. Floristerías
5. Servicios de lavandería automovilística
6. Servicios de latonería y pintura
7. Empresas de joyería.
8. Empresas Metalmecánicas.
9. Empresas Mineras.
10. Empresas Constructoras
11. Actividad física entre otros.

De esta manera, los estudiantes definirán la unidad de análisis (empresa, organización, sector), e identificaran necesidades y las jerarquizaran para proponer alternativas orientadas a la solución de la problemática encontrada, donde se establecerán parámetros para el diseño del plan o producto soportado en estrategias de incursión en el mercado. – segmentación de mercados, desarrollo de productos nuevos y marketing mix, con ello responderá en la solución de problemas en el área de mercadeo, contabilidad y costos.

Desde la tutoría del docente asignado se incorpora e integran los pre saberes en las áreas de Contabilidad General, Contabilidad I, II y III, Contabilidad Fiscal, Contabilidad de Costos, Excel y la Contabilidad, Sistemas de Información, Administración General, los cuales aportaran los lineamientos para la integración del componente contable financiero a la propuesta.

El ciclo de vida del desarrollo de la herramienta del Excel, se base para un proyecto posterior en la que Diseñara un Software con una secuencia estructurada y bien definida de las etapas en Ingeniería de software para crear el producto u herramienta deseado.

Previo fase al desarrollo del Software, se desplegara el uso de las TIC o la incorporación de herramientas digitales Web 2.0., a los proceso de enseñanza – aprendizaje y la creación de estos para la sustentación y presentación de la herramienta a través de elementos multimediales y TIC.

Se toma el modelo en cascada el cual es un proceso de desarrollo secuencial, en el que el desarrollo de la propuesta se concibe como un conjunto de etapas que se ejecutan una tras otra. Se le denomina así por las posiciones que ocupan las diferentes fases que componen el proyecto, colocadas una encima de otra, y siguiendo un flujo de ejecución de arriba hacia abajo, como una cascada. (Domingez., 2017).

Siguiendo esta metodología, este proyecto fue diseñado siguiendo cada uno de sus pasos:

7 I METODOLOGÍA DE DESARROLLO

El ciclo de vida del uso e implementación de las TIC, como estrategia didáctica generando TAC y TEC, en un modelo pedagógico inclusivo; el cual se realizó un análisis sobre cuales seria las herramientas pedagógicas y Redes que se utilizarían para el uso de estas en los proceso académicos.

Las cuales dentro del desarrollo de las clases y la implementación de las TIC, se genera una secuencia estructurada y bien definida de las etapas en Ingeniería de TIC para desarrollar el producto y herramienta deseada, las cuales son las que se crearan para las necesidades de los microempresarios.

Ilustración 1 Ciclo de Vida de la implementación de las TIC, TAC, TEC/TEP, TRIC

Fuente: Autores

7.1 Fase de análisis

El presente desarrollo del trabajo se enfoca al uso de las TIC como estrategia pedagógica en las FCSE, las cuales se integraron para poder desarrollar un proyecto integrador donde se suple las necesidades de los alumnos sobre el uso de las Redes

sociales y herramientas digitales como las TIC para la transferencia de la información y como se usan para las necesidades de los microempresarios en los ambientes TEC/ TEP, TRIC.

El fruto del análisis de las falencias actuales que comúnmente presentan los alumnos y por ende el desarrollo de los emprendimientos en las PYMES e incluso empresas medianas en cuanto al uso de herramientas tecnológicas, el objeto de este análisis es capacitar a los alumnos para que adquieran estas habilidades y así poder optimizar procesos académicos. Retomando los antecedentes, podemos evidenciar que este no es un problema menor y cuya razón aparente es la falta de iniciativas docentes que inicie a generar ambientes TAC para el aprendizaje con modelos pedagógicos revolucionarios e innovadores.

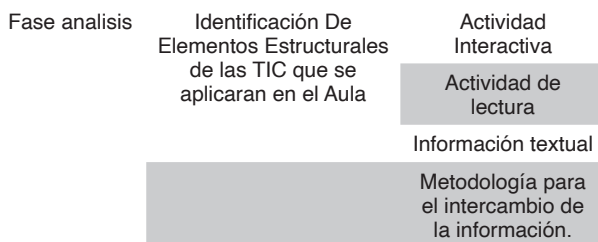



Ilustración 2 Fase de Analisis

Fuente: Autores

Lo que conlleva a al desarrollo de las actividades requeridas para la ejecución del análisis, fueron establecidas ordenadamente y conforme con los objetivos formulados, en fases, con el propósito de comprobar el apropiado desarrollo del mismo, y el cual arrojo que los estudiantes no tienen destrezas y competencias transversales en el uso de las TIC, como medio de comunicación de la información de los temas tratados y como estos se transforman en tecnologías para el aprendizaje y conocimiento, mediante la interacción en

comunidades digitales aportando valor a la academia y la investigación.

7.2 Fase de planeación.

Para esta fase se tomó en cuenta las indicaciones y sugerencias dadas por personajes clave, tanto del ámbito académico, empresarial, como también a docentes expertos en temas TIC.

De igual manera se tomó como plantilla inicial planear los contenidos conforme al PEI y cómo integrarlos, con el objetivo de transmitir los contenidos y utilizar el uso de la tecnología como proceso didáctico y estas van más allá de explorar las TIC, en un documento de Excel el cual hace las veces de herramienta académica, y el cual intenta simular este tipo de créditos con las restricciones propias de dicho software.

Fase Planeacion	Identificación De Elementos Estructurales de las herramientas digitales	Actividad Interactiva
		Actividad de lectura
		Caso práctico
		Reflexión
		Información textual
	Contenidos de las Herramientas digitales	Evaluación
		Aspectos de los fundamentos, elementos y conceptos de Contabilidad, Costos, Excel, Finanzas, Mercadeo entre otros.

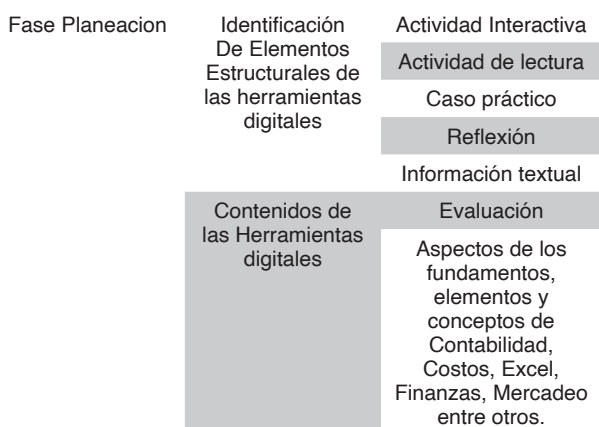



Ilustración 3 Fase de la Planeacion

Fuente: Autores

Ilustración 4 determinar las Herramientas digitales

Fuente: Autores

En la maquetación se decidió que las herramientas digitales contase con dos roles de docente, para de esta forma poder editar información relevante, esto debido al constante cambio de los sistemas de información y el proceso de generar un modelo interactivo,

constructivista conectivista, acorde a las tendencias actuales y cuya finalidad es generar nuevos roles en los actores de la academia y el sector social.

De igual manera por temas de optimización y con la finalidad de extender el uso de las TIC en todo tipo de dispositivos, se decidió usar herramientas que ocuparan menor capacidad y conservar un entorno gráfico sencillo, atractivo y con todas las posibilidades que los alumnos puedan acceder en tiempo real y desde cualquier lugar.

Así mismo la opción de que el uso que le den, puede tener una interacción por parte de los actores para que la información se actualice a medida que el usuario amplíen sus conocimientos mediante un activo y colaborativo aprendizaje, incidiendo en la metodología y uso de las TIC de forma didáctica, aportando por explorar las herramientas tecnológicas.

La lista de requerimientos base del proyecto queda configurada de la siguiente forma:

- Plataforma interactiva de Classroom.
- Grupo académico en Facebook.
- WEB.
- Padlet.
- Bodcats.
- Cartillas Digitales,
- Videos,
- MOOC.
- Blog.
- Hangouts.
- Video llamadas.
- WhatsApp.
- Messenger.
- Videos tutoriales.
- Mapas conceptuales y mentales.
- Ovas.
- Moodle.
- Guías., entre otras.

7.3 Fase de diseño.

Pensando en impactar a la mayor cantidad de usuarios y basado en la lista de requerimientos, se implementara un diseño propuesto por plataformas existentes, los cuales

se tomara, la plataforma de Google Classroom, Moodle, y la Red Social de Facebook, además se usara la herramienta colaborativa de Symbaloo como planeador en el desarrollo de otros plataformas para el desarrollo de instrumentos digitales., se decide entonces dotar a la plataforma con un estilo sencillo en las áreas impartidas y las cuales se integran mediante un proyecto integrador, los cuales facilitaran la interacción con la sociedad.

La plataforma Google Classroom y Moodle, permite a la mayor cantidad de usuarios posible una navegabilidad y una experiencia cómoda. Adicionalmente a la plataforma también se generara un grupo académico en la Red Social de Facebook, que le permita al usuario tenga una mayor comunicación y fluidez de los contenidos; se decide entonces siguiendo los anteriores criterios que la plataforma de Classroom será para varias asignaturas y la plataforma de Moodle será conformada de actividades y tendrá un enlace de MOOC en el área de Costos.

- Plataforma Google Classroom.
- Plataforma de Moodle.
- WEB.
- Padlet.
- Mooc.
- Blog.
- Cartilla Digital.
- Red Social.

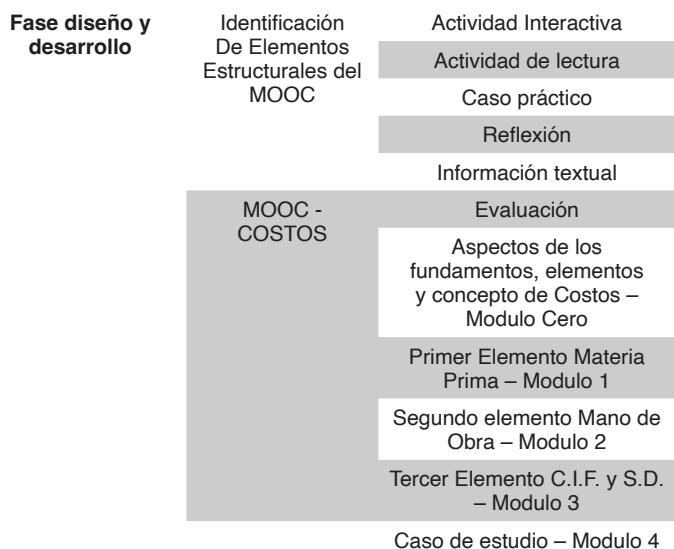



Ilustración 5 Fase de Desarrollo y diseño

Fuente: Autores

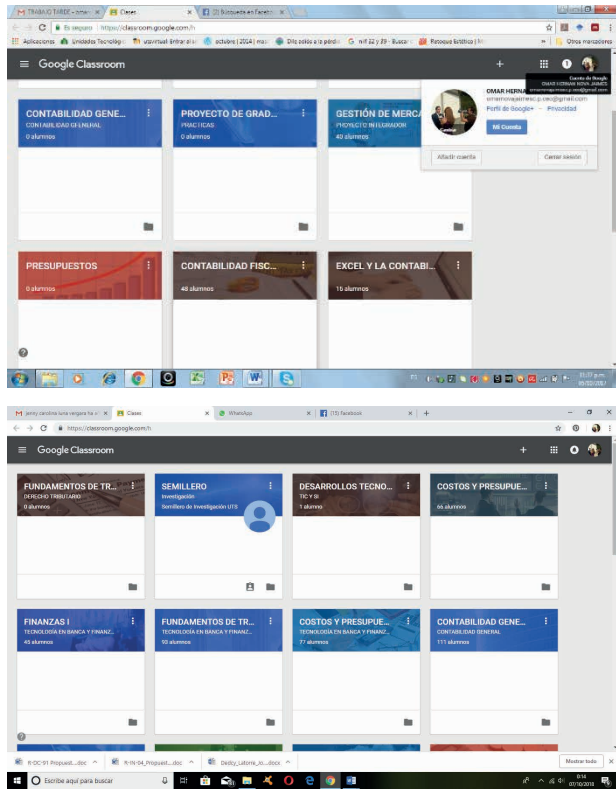



Ilustración 6 Plataforma de Google Classromm

Fuente: Autores

Ilustración 7 Plataforma de Moodle

Fuente: UTS

Ilustración 8 WEB

Fuente: Autores

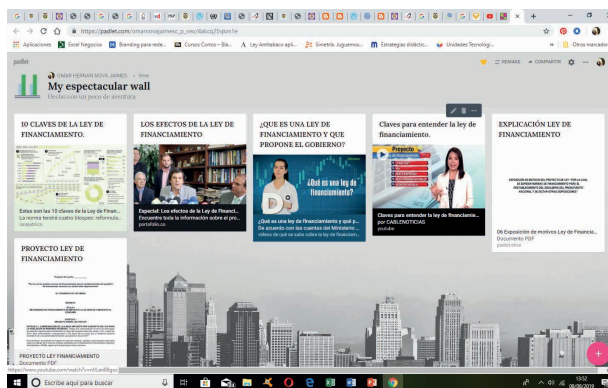



Ilustración 9 Padlet

Ilustración 10 MOOC

Fuente: UTS

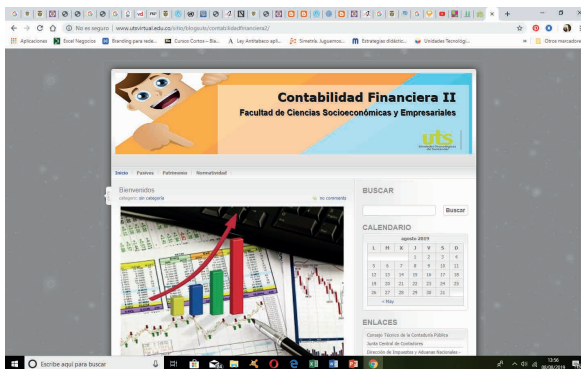
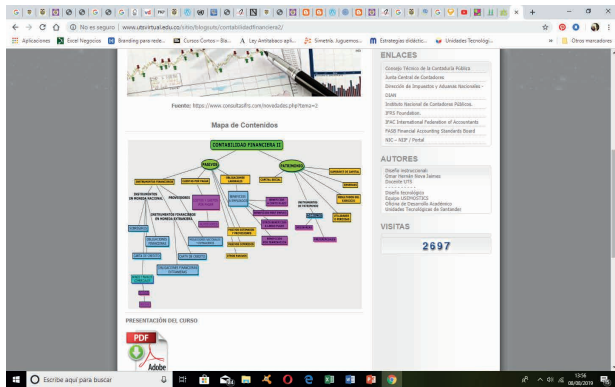



Ilustración 11 Blog

Fuente: UTS

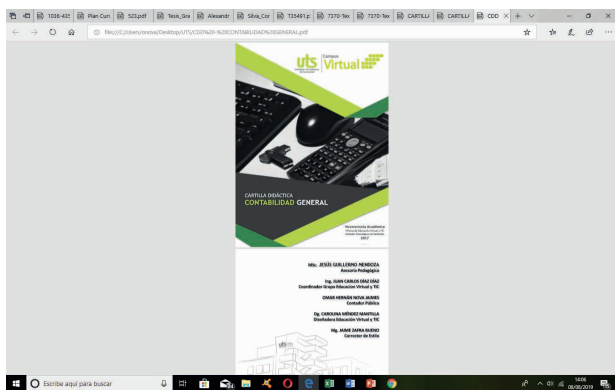



Ilustración 12 Cartilla Digital

Fuente: UTS

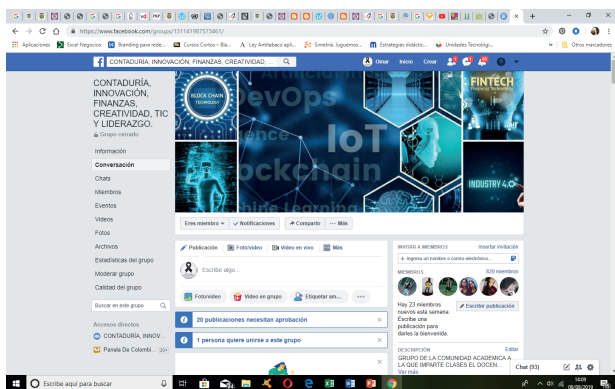



Ilustración 13 Red Social

Fuente: Autores

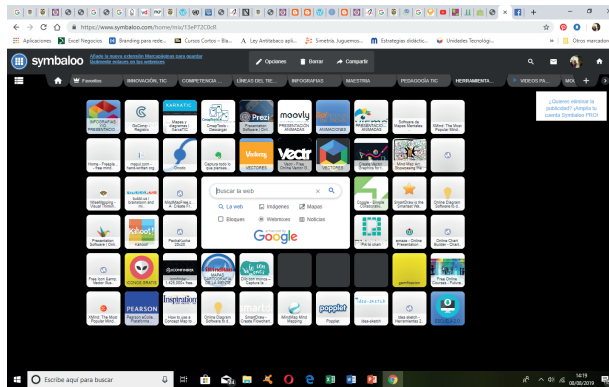



Ilustración 14 Symbaloo

Fuente: Autores

Se decide también dotar en la plataforma del MOODLE, de las actividades en el área de costos y enlazar en MOOC de Costos en la plataforma de YouTube, para de esta forma permitirle al usuario realizar las actividades o estudiarlas.

7.4 Prueba

En esta etapa todo el desarrollo se realizó usando a docentes para que probaran y validarán las diferentes herramientas, las cuales cuenta con herramientas didácticas y fáciles de utilizar y administrar, en la que se desarrolla los roles del docente y alumno virtual pero en clases presenciales, generando espacios para que además la sociedad interactúe generando un espacio TEC.

Fase de PRUEBA Y validaciòn

Contrastación de la aplicación - evaluación

Análisis a las aplicaciones

Conclusiones

Se ha adecuado las plataformas para que el docente participe activamente con los alumnos y generen redes de conocimiento, basados en la problemática actual de las microempresas, con el objetivo de generar un proyecto integrador, el cual después de capacitar a los alumnos con herramientas TIC y el Excel pueda generar una herramienta en Excel que sea de uso contable, financiero, administrativo y de mercadeo usando las redes sociales y herramientas digitales, para que después tomen estas y generen herramientas WEB en programación con los estudiantes de Ingeniería de Sistemas.

Fuente: UTS

7.5 Implementación

En la etapa de implementación, de las herramientas TIC, usadas como TAC, se generaron los ambientes para las TEC, donde interactúan con la sociedad, específicamente con microempresarios, con necesidades para el control, y administración de sus negocios.

Los cuales se utilizaron herramientas en el Classroom, Facebook y el Moodle, donde se demuestran en las ilustraciones y finalmente el desarrollo de la herramienta en Excel para los empresarios.

Ilustración 15 Implementación de las herramientas TIC diseñadas como estrategia pedagógica.

SYSCOM

SysCont te ofrece las mejores herramientas contables, adecuadas a las necesidades de tu empresa.

SOF

Nuestra herramienta permite a aquellas pequeñas o famiempresas llevar su contabilidad de una forma mas organizada, fácil y segura, ya que esta fue creada pensando en ellas, para que así tengan un mayor control de sus movimientos contables.
SOF es una herramienta que cuenta con varios items que les permitirá llevar ademas de la parte contable también todo lo relacionado con los costos de la empresa, cuenta con formatos diseñados para ingresar y guardar la información de su empresa de una manera mas fácil y acorde a sus necesidades.
URO

CONTSIS

Ilustración 16 Herramienta digital microempresarios.

Fuente: Autores

Este trabajo es una vivencia educativa, el cual surge de ver nuestro entorno de forma sistémica el cual analizó los diferentes sistemas que se integraban frente a la problemática del manejo adecuado de las finanzas, los costos, la contabilidad, la administración, donde le dan un mal enfoque por los microempresarios, la idea de este proyecto busca el desarrollo de metodologías activas mediadas en TIC, para el proceso de enseñar de una forma

diferente y estructurar un modelo constructivista, conectivista, hacia un cambio de enfoque, para ver la totalidad y preparar a los estudiantes de diversas asignaturas e integrarlas con las TIC, generando las TAC y posteriormente las TEC/TEP, TRIC.

Se genera un cambio de orientación el cual ve las interrelaciones entre las partes de un sistema y ver patrones de cambio en los roles de los estudiantes y como prepararlos para enfrentar las problemáticas generadas de la situación económica regional, ofreciendo un nuevo lenguaje que reestructure el pensamiento de los alumnos.

El uso de las TIC en las clases impartidas se orienta con enfoque sistémico el cual se instituye en el proceso docente-alumno con criterio lógico y pedagógico para obtener la máxima efectividad en la asimilación de los conocimientos teóricos, implementando las TIC para alcanzar las TAC y así poder generar un modelo inclusivo entre la sociedad y la academia para dar solución a un problema de el buen uso administrativo de las finanzas en los microempresarios de la región, generando el desarrollo de habilidades y destrezas para formar convicciones por parte de los alumnos, con el propósito de capacitarlos para que puedan desempeñar exitosamente sus funciones sociales y prepararlos para la vida y el trabajo, como empresarios y no con mentalidad de empleados, tumbando así un paradigma cultural.

El propósito es implementar las TIC en los procesos educativos, es usar estas como herramienta de información y comunicación a través de estados, video llamadas, chats o twist, las cuáles son importantes para el modelo pedagógico inclusivo, los cuales se determinan posteriormente como las Tecnologías del Aprendizaje y el Conocimiento TAC utilizando estas como espacios donde determinan los concepto teóricos y espacios de aprendizaje y generación de conocimiento, mediante la interacción de la comunidad académica, la creación de comunidades digitales y la creación de contenidos como artículos de interés, videos, MOOC, Podcast, WEB y conferencias que aportan valor a quienes integran la red social, entre otros.

Esto genera las Tecnologías del Empoderamiento y la participación TEC/TEP, TRIC, los cuales integran a la comunidad social en el caso de los microempresarios para plantear la problemática y generar un espacio que impulse cambios positivos y solidarios.

Con esto se busca la generación de un modelo pedagógico inclusivo como estrategia de involucrar a la academia con la sociedad empresarial y general, de esta manera se plantea la posibilidad de que los alumnos generen empresas innovadoras y ayuden a las empresas pequeñas puedan utilizar diversos mecanismos tecnológicos, en los procesos académicos y procesos empresariales, mediante el uso de sistemas de información que admitan garantizar la autenticidad e integridad de los datos en las áreas administrativas, financieras, contables y de costos.

8 I CONCLUSIONES:

Lo primordial que se concluye en este trabajo es la apropiación profesional que debe buscar el alumno y el docente, hacia la integración de conocimientos en el desarrollo de actividades innovadoras en el aula.

De igual manera fomentar la capacidad de intercambio de información y recursos a través de la comunicación y el trabajo colaborativo, proponiendo soluciones creativas a problemas cotidianos construyendo conocimientos contextualizados que favorezcan el mejoramiento de diversas competencias en los estudiantes.

De igual menar se busca generar espacios para la apropiación de contenidos a nivel personal si el docente y el alumno donde alcanzar objetivos claros, que son el desarrollo de competencias para incrementar la productividad personal y el modificar creencias y prácticas académicas.

Se busca crear un docente reflexivo, que se apropia, usa y promueve el uso de TIC, que transforma sus prácticas, en constante formación de ser propositivo; "Maestro como ciudadano digital" que comprenda las oportunidades y retos que las TIC, que aportan a su desarrollo personal y profesional al incorporar los medios digitales, como apoyo en el logro de nuevas competencias:

a. Técnicas y tecnológicas: buscar, filtrar, seleccionar y evaluar información.

b. Pedagógicas: comprender retos y oportunidades que representa el uso de TIC.

c. Comunicativas y colaborativas: interactuar con otros participando en comunidades de aprendizaje.

d. Ética: Comprender los riesgos del uso de TIC en la práctica docente y en el desarrollo humano.

Desde el punto de vista funcional, podemos observar la aplicabilidad de múltiples soluciones de herramientas digitales mediadas en TIC, generando las TAC y TEC/TEP, TRIC, y así desarrollando una herramienta en Excel para poder dar solución a la sociedad e intégrala a los procesos académicos.

Lo que conlleva a tener un a base para una nueva etapa del proyecto hacia el desarrollo de un software de uso gratuito para generar un producto final robusto y de fácil escalabilidad.

El trabajo genera un impacto a la luz de los planteamientos realizados en la propuesta investigativa, las cuales logran el alcance, y objetivo propuesto, dando respuesta a la problemática presentada de manera efectiva y cuyo impacto del proyecto en general genero una huella positiva y proactivo, el cual activo a la comunidad académica en todos sus procesos para iniciar la incorporación de los procesos mediados en TIC en la educación superior y como estos pueden incorporar la investigación y la extensión desde el aula de clase.

Igualmente se determina que, durante el desarrollo cotidiano de los procesos académicos, las cuales se convierten en las actividades pedagógicas de nuestro diario vivir, debemos reflexionar sobre cuál es el modelo pedagógico que realmente aplican a las clases y como debe transformarse este, lo cual se concluye que la innovación y creatividad van de la mano en el desarrollo de herramientas digitales que permitan dar solución a problemas que se presente en el proceso académico.

REFERENCIAS

Pinto. S., A. R., Díaz. C. , J., & Alfaro. C., C. (06 de 2016). *Dialnet.* Obtenido de https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6280715

Centro Educativo Santa Teresa. (2012). *http://ticcentroeducativosantateresa.blogspot.com/2012/04/marco-legal-que-sustenta-las-tic-en.html.* Obtenido de http://ticcentroeducativosantateresa.blogspot.com/2012/04/marco-legal-que-sustenta-las-tic-en.html

Diez, L., N., & Carrera, F., X. (20 de 12 de 2018). *https://revistas.um.es/riite/article/view/342681.* (E. p. (GITE), Ed.) Obtenido de Revista Interuniversitaria de investigacion en tecnologia eduucativa: https://revistas.um.es/riite/article/view/342681

Domingez., P. (10 de 2017). *https://openclassrooms.com/courses/4309151-gestiona-tu-proyecto-de-desarrollo/4538221-en-que-consiste-el-modelo-en-cascada.* Obtenido de https://openclassrooms.com/courses/4309151-gestiona-tu-proyecto-de-desarrollo/4538221-en-que-consiste-el-modelo-en-cascada

Gutierrez, R., R. (2014). *Repositorio UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID FACULTAD DE EDUCACIÓN DEPARTAMENTO DE DIDÁCTICA Y ORGANIZACIÓN ESCOLAR.* Obtenido de https://eprints.ucm.es/27667/1/T35491.pdf: https://eprints.ucm.es/27667/1/T35491.pdf

HERNÁNDEZ,, L., ACEVEDO, , J., MARTÍNEZ, , C., & CRUZ, , B. (14 de 11 de 2014). *https://www.oei.es/historico/congreso2014/memoriactei/523.pdf.* Obtenido de Congreso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación: https://www.oei.es/historico/congreso2014/memoriactei/523.pdf

Mesa. J., F. Y., & Forero. R., A. (2016). *Scielo.* (P. &. Saber, Ed.) Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S2216-01592016000200005&script=sci_abstract&tlng=es

MINISTERIO DE EDUCACION NACIONAL MEN. (2011). *Ministerio de educaion Nacional MEN - LEY 1450 DE 2011.* Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1759/w3-article-340148.html

Ministerio de Educaion Nacional - MEN. (25 de 07 de 2018). *https://www.mineducacion.gov.co.* Obtenido de DECRETO 1280 DE JULIO DE 2018: https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-384243_recurso_2.docx

Montes, C., A. (01 de 2018). *Repositorio Universidad Catolica de Manizales.* Obtenido de http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/1986/Alexandra%20Maria%20Montes%20C.pdf?sequence=1&isAllowed=y: http://repositorio.ucm.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10839/1986/Alexandra%20Maria%20Montes%20C.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Nova, J., O. H., & Angarita, R., F. (11 de 2018). DESARROLLO DEL PENSAMIENTO CONTABLE - COSTOS HACIENDO USO DEL MOOC COMO MEDIACIÓN PEDAGÓGICA EN LA UTS. Bucaramanga, Santander, Colombia: UDES.

Otero. A., O. E., Esteves. F., Z. I., Suarez. M., D. M., & Montalván. C., M. A. (01 de 01 de 2023). *Ciencia Matria Revista.* doi:DOI 10.35381/cm.v9i16.1027

Rodriguez. T., J., & Gallardo. P., O. A. (20 de 08 de 2020). *Encuentro General de educacione e ingenieria ACOFI.* (EIEI ACOFI, Ed.) doi:https://doi.org/10.26507/ponencia.731

Tirado, L., P., & Roque, H., M. (Edits.). (29 de 03 de 2019). *Edutec, Revista Electronica de Tecnologia Educativa.* doi:https://doi.org/10.21556/edutec.2019.67.1135

UTEL. (02 de 08 de 2023). *UTEL.* Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24538w/M1ED103_Caso4.pdf

CAPÍTULO 15

EL ENFOQUE CUANTITATIVO EN LA INVESTIGACIÓN JURÍDICA. CONSIDERACIONES DE UNA PROPUESTA METODOLÓGICA

Data de aceite: 02/10/2023

Miguel Ángel Medina-Romero
Doctor en Ciencias Administrativas y Doctor en Derecho por el Instituto Politécnico Nacional y Centro de Investigación y Desarrollo del Estado de Michoacán, respectivamente. También es profesor e investigador titular en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales y en el Centro de Investigaciones Jurídicas y Sociales de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
Morelia-México.
https://orcid.org/0000-0003-4067-2816

RESUMEN: El objetivo del presente estudio radica en presentar una propuesta metodológica a partir del empleo del enfoque cuantitativo en la investigación juíridica, en aras de hacer factible la formulación de útiles cambios en los planteamientos de la problemática y las rutas de análisis y solución de la misma, en los estududios que tienen como eje principal el entorno jurídico. Entre las ventajas que se derivan del uso del enfoque cuantitativo en las investigaciones jurídicas están, en primer lugar, permitir llevar a cabo la comprobación de las hipótesis propuestas (aceptarlas o rechazarlas); y, en segundo término, dar lugar a la obtención de resultados en un período de tiempo corto, a partir de la creación de índices o escalas de medición que posibilitan proponer alternativas de solución y/o cambios en el objeto de estudio.

PALABRAS CLAVE: Enfoque cuantitativo, investigación jurídica, método cuantitativo, metodología de la investigación.

THE QUANTITATIVE APPROACH IN LEGAL RESEARCH. CONSIDERATIONS OF A METHODOLOGICAL PROPOSAL

ABSTRACT: The objective of this study is to present a methodological proposal based on the use of the quantitative approach in legal research, in order to make possible the formulation of useful changes in the approaches to the problem and the routes of analysis and solution of it, in studies whose main focus is the legal environment. Among the advantages derived from the use of the quantitative approach in legal investigations are, firstly, allowing the verification of the proposed hypotheses (accept or reject them); and, secondly, to give rise to obtaining results in a short period of time, from the creation of indices or measurement scales that make it possible to propose alternative

solutions and/or changes in the object of study.
KEYWORDS: Quantitative approach, legal research, quantitative method, research methodology.

A ABORDAGEM QUANTITATIVA NA PESQUISA JURÍDICA. CONSIDERAÇÕES DE UMA PROPOSTA METODOLÓGICA

RESUMO: O objetivo deste estudo é apresentar uma proposta metodológica baseada na utilização da abordagem quantitativa na pesquisa jurídica, a fim de possibilitar a formulação de mudanças úteis nas abordagens do problema e nas rotas de análise e solução do mesmo, em estudos cujo foco principal é o ambiente jurídico. Entre as vantagens derivadas do uso da abordagem quantitativa em investigações judiciais estão, em primeiro lugar, permitir a verificação das hipóteses propostas (aceitar ou rejeitá-las); e, em segundo lugar, originar a obtenção de resultados num curto espaço de tempo, a partir da criação de índices ou escalas de medição que permitam propor soluções alternativas e/ou alterações no objeto de estudo.
PALAVRAS-CHAVE: Abordagem quantitativa, pesquisa jurídica, método quantitativo, metodologia de pesquisa.

1 I INTRODUCCIÓN

En el contexto de las ciencias sociales, la tendencia evolutiva del derecho ha sido orientada por la expansión. Así, a las primeras ramas del derecho, como las materias penal y civil, por ejemplo, se han ido agregando otras como el derecho mercantil, derecho fiscal, derecho económico, derecho informático, derecho internacional, entre otras. Y, aproximádamente a partir de la segunda mitad del siglo XX se fueron incrementando los estudios jurídicos con carácter científico en las diferentes ramas del derecho. Actualmente, en el caso de México, las investigaciones de carácter jurídico han tenido un predominio de carácter dogmático y documental, es decir, orientando por la corriente constructivista que enfatiza las cualidades de las entidades, procesos y significados, llevándolos a una generalización e inducción lógica y aislada de un contexto cuantitativo.

Hoy por hoy, la investigación se rige por una combinación de enfoques: el cualitativo y el cuantitativo (Medina-Romero, *et al.,* 2023). Si bien una investigación con enfoque cualitativo, en el ámbito jurídico, permite obtener resultados que fueron gestionados por medio de encuestas, observación y/o empirismo, sus efectos únicamente impactan el análisis de la lógica jurídica, sin la creación de algún índice o valor relativo que haga posible detectar de una manera objetiva el planteamiento de soluciones a concretos objetivos de estudio. Así, entre las ventajas que se derivan del uso del enfoque cuantitativo en las investigaciones jurídicas están, en primer lugar, permitir llevar a cabo la comprobación de las hipótesis propuestas (aceptarlas o rechazarlas); y, en segundo término, dar lugar a la obtención de resultados en un período de tiempo corto, a partir de la creación de índices o escalas de medición que posibilitan proponer alternativas de solución y/o cambios en el

objeto de estudio.

En consideración de las ideas anteriores, el objetivo del presente estudio radica en presentar una propuesta metodológica a partir del empleo del enfoque cuantitativo en la investigación juíridica, en aras de hacer factible la formulación de útiles cambios en los planteamientos de la problemática y las rutas de análisis y solución de la misma, en los estududios que tienen como eje principal el entorno jurídico.

2 | ANTECEDENTES Y ACTUALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN JURÍDICA EN MÉXICO

En el caso de México, desde la Colonia fueron publicados estudios jurídicos, tanto de tratadistas españoles como de criollos, sobre las instituciones jurídicas aplicables a la Nueva España. A su vez, la expedición de los nuevos códigos civiles y penales que sustituyeron a la vieja y profusa legislación que se aplicaba en aquella época en nuestro país (diversas ordenanzas, las Siete Partidas, el Fuero Juzgo, la Novísima Recopilación, etcétera) motivó la publicación de numerosos estudios jurídicos de carácter exegético o comentarios o glosas de los textos legislativos sobre derecho civil, penal, procesal, mercantil y derecho de amparo elaborados por juristas mexicanos. En la mayoría de estos estudios se desarrollaba, comentaba o exponía el contenido del código respectivo en forma de diccionario; y el propósito de estos estudios consistía en dar a conocer a la población el contenido de los nuevos códigos.

Posteriormente, la consagración de los derechos de los campesinos y de los trabajadores en la Constitución de 1917 propició una verdadera renovación de los trabajos jurídicos en México, y en los que se observa un mayor rigor científico. La evolución de los estudios jurídicos de carácter más científico se debe a los primeros juristas españoles, quienes emigraron a nuestro país en 1937 como consecuencia de la guerra civil en España. En esa época hubo un gran incremento de los estudios jurídicos en México sobre las más variadas disciplinas jurídicas, elaborados por notables tratadistas españoles. A partir de 1950 y hasta la actualidad, se han incrementado notablemente los estudios de carácter jurídico-científico en las más variadas ramas del derecho, elaborados por renombrados investigadores. Además, el derecho se ha ido ramificando a una velocidad considerable, por ejemplo, a las materias penal y civil, primeras ramas del derecho; y progresivamentea se han ido agregando otras, como el derecho mercantil, procesal, fiscal, constitucional, comparado, de la seguridad social, indígena, ecológico, laboral, económico, societario, marítimo, urbanístico, electoral, informático, internacional, historia del derecho, filosofía del derecho y derechos humanos.

No obstabte estos avances en la investigación jurídica, Héctor Fix-Zamudio refiere: “Todavía la investigación jurídica en nuestro país no ha logrado superar en general los derroteros de improvisación, pragmatismo, y, lo que es más grave, su centralización en

el área metropolitana, pues en nuestra opinión es preciso que la propia investigación se introduzca paulatinamente en las diversas etapas de la enseñanza del derecho en todas las universidades del país, y llegar inclusive a las actividades profesionales" (Fix-Zamudio, 2001: 2156).

Al respecto, Lorenzo Soleci Bárcena escribió: "En efecto, los trabajos de "investigación" han sido más bien obras de doctrina, consistiendo ésta en sus versiones más modestas en la sistematización, comentario o exégesis de la ley, o en un análisis exhaustivo de las instituciones legales, con el auxilio de conceptos filosóficos y los métodos de la comparación, en sus empresas más ambiciosas. Mucha de ella, por otro lado, quizá más que la ya aludida, es obra sin ninguna trascendencia para el orden jurídico; se trata de trabajos artesanales o preciosistas que comentan una doctrina o una ley, recomiendan una reordenación de los artículos de un código o un mejoramiento de su redacción o sistemática, especulan procedimientos o instituciones manidas" (Zolezzi Ibárcena, 1995: 93-95).

Los trabajos de tipo jurídico que tradicionalmente se han desarrollado en México, durante mucho tiempo han tenido un predominio de carácter dogmático y documental, orientándose al análisis del deber ser, es decir, de la norma jurídica escrita, aislándola de su contexto sociológico, comparativo, e inter, trans y multidisciplinario.

Por lo tanto: "Los estudios del derecho requieren de la investigación documental y empírica con el objetivo de obtener datos o información para analizarlos y tomar decisiones adecuadas, resolver problemas, conocer nuevas teorías y sus desarrollos, profundizar aspectos de la realidad sociojurídica, conceptos e ideas, revisar documentos y textos existentes utilizando la artesanía intelectual, crear nuevos enfoques metodológicos, vincular la teoría con la práctica o el deber ser con el ser o realidad social, evaluar la eficacia de la norma jurídica, diagnosticar y conocer el derecho y sus transformaciones, enriquecer nuestro patrimonio cultural, comprobar o verificar hipótesis, ayudar a encontrar datos para resolver problemas jurídicos (conflictos, negociaciones, demandas, etcétera), mejorar, reformar o crear nuevas leyes que atiendan a satisfacer necesidades de la comunidad, realizar proyectos de investigación que permitan entregar datos para tomar decisiones de modernización y transformación del sistema judicial y su normativa, reciclar conocimiento" (López, 2007: 247).

3 I LA INVESTIGACIÓN JURÍDICA Y LOS MÉTODOS

En el desarrollo de las investigaciones en general, y de los estudios concebidos en las ciencias sociales en lo particular, puede advertirse una variedad de tipos de procedimientos metodológicos. Así, de acuerdo con Witker y Larios (1997) no hay un solo método para investigar el fenómeno jurídico, sino una diversidad de aproximaciones que responden al concepto de procedimientos racionales y empíricos que permiten explicar un fenómeno o proceso.

En consecuencia, pueden ser referidas tres corrientes generales de investigación jurídica, a saber: primera, la del método o corriente formalista o dogmática que concibe el problema jurídico desde una perspectiva estrictamente formalista, descontando todo elemento real que se relacione con la institución, norma jurídica o estructura en cuestión; segunda, la del método o corriente jusnaturalista o axiológico que privilegia los aspectos axiológicos y éticos de las instituciones y normas jurídicas, para lo cual recurre a los modelos epistemológicos más cercanos a lo metafísico y filosófico; y tercera, la del método o corriente sociológica que busca medir la eficacia de una institución o norma jurídica mediante técnicas de investigación empírica o de campo, esto es, encuestas, entrevistas y observaciones participativas e indirectas, para las cuales el investigador jurídico debe apoyarse en los especialistas respectivos en el amplio horizonte de las ciencias sociales y humanas, donde lógicamente el derecho está inmerso. Y, como es posible observar, la corriente sociológica permite justificadamente medir a través de una técnica adecuada la eficacia de la norma jurídica, y así poder complementar la investigación jurídica.

4 l EL ENFOQUE CUANTITATIVO, LA INVESTIGACIÓN JURÍDICA Y LA MEDICIÓN DE ACTITUDES

En el contexto del enfoque cuantitativo, la medición de las actitudes se realiza según la metodología de las ciencias sociales y de la educación con el uso de diversas técnicas, como escalas, diferenciales semánticos, técnicas proyectivas, entre otras. El término *actitud,* según Ander-Egg, designa un estado de disposición psicológica, adquirida y organizada a través de la propia experiencia, que incita al individuo a reaccionar de una manera característica frente a determinadas personas, objetos o situaciones (Ander-Egg, 1997: 252). Y la medición de la actitud puede realizarse con diferentes escalas que pueden ser clasificadas como: escalas de ordenación; escalas de intensidad; escalas de distancia social de Borgadus; escala de Thurstone; escalograma de Guttman; y escala tipo Likert (Padua, 1996).

Como se puede apreciar, existen diferentes métodos para medir actitudes. Con relación a la escala *Likert,* la misma constituye un método que fue desarrollado por Rensis Likert a principios de los años treinta del siglo veinte y es aún un enfoque vigente y bastante popularizado (Kerlinger, 1997; Briones, 2003). Este método, será retomado para realizar una propuesta metodológica para la investigación jurídica.

La escala *Likert* está especialmente destinada a la medición de actitudes, vale decir, predisposiciones individuales a actuar de cierta manera en contextos sociales específicos o bien, a actuar a favor o en contra de personas, organizaciones, objetos, entre otros. Desde el punto de vista aritmético, es una escala sumatoria, ya que la puntuación o la medida de cada persona en la actitud de que se trate, se obtiene mediante la suma de sus respuestas a diversas preguntas que actúan como estímulos.

Los pasos principales que se debe seguir en la construcción de una escala *Likert* son, primeramente, una definición nominal de la actitud o variable que se va a medir. Esta consiste en la identificación de las características principales del concepto al cual ella se refiere; y, en muchas ocasiones, el significado del concepto es conocido ampliamente y no requiere definición.

El segundo paso a seguir, es operacionalizar la o las variables de estudio, es decir, la manera en que se medirán. Esta forma señala indicadores objetivos que serán tomados en cuenta para asignarles ponderaciones o números. En tercer lugar, hay que determinar las puntuaciones de los ítems, los cuales se presentan con opciones de respuestas, una de las cuales deben aparecer como indicador del grado de intensidad de la actitud en medición; y, por lo general, el número de opciones es cinco. Convencionalmente, se usan las series de números 1, 2, 3, 4, 5, o bien, 2, 1, 0, -1, -2, donde 5, en el primer caso y el más usual, sería asignado así: 5 = muy de acuerdo, 4 = de acuerdo, 3 = indeciso, 2 = en desacuerdo y 1 = muy en desacuerdo (Kerlinger, 1997; Briones, 2003).

El cuarto de los pasos es la aplicación de la escala provisional, donde los ítems seleccionados para la escala pueden aplicarse a una muestra de la población objeto de studio, o bien, a todos sus miembros, con lo cual sólo se pierde el trabajo de obtener respuestas para ítems que pueden ser descartados posteriormente al establecer su nulo o bajo poder de discriminación. El procedimiento siguiente, que es el quinto paso, se refiere al examen de los ítems donde, una vez que se tienen los valores escalares individuales totales, se procede a tal análisis con el fin de establecer su poder de discriminación; es decir, su capacidad de diferenciar a las personas en la actitud medida según los fines propuestos en toda medición; y existen varios procedimientos para establecer el poder discriminativo de los ítems.

El sexto paso a seguir es el denominado categorización jerárquica de la escala, el cual es realizado a través del procedimiento que utiliza la técnica para establecer la consistencia interna de los ítems, calculando la correlación que puede haber entre la puntuación asignada a cada ítem por cada persona y el valor total de la misma. Y para ello, se utiliza el coeficiente de Pearson o el gamma (Kerlinger, 1997; Briones, 2003). Los ítems son seleccionados para la escala definitiva de entre los que tienen coeficientes de correlación más altos.

Por último, se realiza el cálculo de validez y confiabilidad de la escala. La validez es la propiedad de un instrumento de medir aquello que se pretende medir, distinguiéndose varios tipos de este concepto: validez de constructo o teórica, que ocurre cuando el instrumento de medición cumple en la mejor forma posible los principios de la teoría en la cual se apoya el constructo; validez de contenido, que se refiere al grado con el cual el instrumento de medición representa el contenido que pretende medir y equivale al grado de representatividad de una muestra respecto del universo del cual ha sido tomada; validez predictive, relacionada con el grado con el cual las predicciones de una prueba se

confirman con los resultados obtenidos por los sujetos un cierto tiempo después; validez convergente, que es la validez que tiene un instrumento de medición cuando posee una buena correlación con otros instrumentos destinados a medir la misma variable; y la validez discriminatoria, que es un tipo de validez que se da cuando la prueba construida tiene baja correlación con otra prueba destinada a medir una variable opuesta o diferente.

Y, por su parte, la confiabilidad de la escala se refiere a la propiedad de una prueba para dar el mismo resultado cuando se aplica varias veces. Operacionalmente, la confiabilidad de una prueba se da cuando aquello a lo cual es aplicada varias veces recibe el mismo puntaje. Tal propiedad es una condición necesaria de la validez, pero no es una condición suficiente, ya que no garantiza por sí misma que una medida es válida.

Existen también los siguientes tipos de confiabilidad: la confiabilidad de consistencia interna y la confiabilidad de estabilidad. La confiabilidad de consistencia interna se refiere a la consistencia con la cual todos los ítems de una prueba están midiendo una misma propiedad. Las personas que tienen el mismo nivel del constructo medido deben obtener puntajes iguales; y, si la prueba tiene alta confiabilidad, se dice que es una prueba homogénea. Por su parte, la confiabilidad de estabilidad es la propiedad que debe tener la prueba de medición de dar puntajes iguales o semejantes, cuando es aplicada a las mismas personas en diferentes momentos, elegidos según las necesidades del investigador.

Igualmente, existen diversos procedimientos para medir la consistencia interna del instrumento de medida: prueba-reprueba, dos mitades (split-half), formas equivalentes y correlación ítem-prueba. La prueba-reprueba se realiza aplicando la misma prueba a los sujetos, con un cierto intervalo de tiempo entre las dos aplicaciones, y el grado de la estabilidad se mide mediante un coeficiente de correlación. Las dos mitades (split-half), que consiste en aplicar la prueba a una muestra apropiada; luego, en subdividir los ítems en dos mitades (pares, por un lado, e impares, por otro lado; o bien, asignándolos al azar o un grupo y al otro) para calcular, finalmente, un coeficiente de correlación entre los dos conjuntos de valores. Las formas equivalentes se vinculan con el grado de confiabilidad y se miden formulando dos pruebas semejantes, destinadas a cuantificar un mismo fenómeno; la correlación entre los valores obtenidos en las dos formas en la medida de la confiabilidad de la prueba. Si la correlación es muy baja, podría indicar que cada prueba mide constructo o variable. Y, sobre la correlación ítem-prueba, se hace una aplicación inicial de la prueba en una muestra de los sujetos en las cuales se utilizarán; luego, se calculan correlaciones de cada uno de los ítems de la prueba total, menos el ítem utilizado. Para la prueba final se seleccionan los ítems que han demostrado mayor correlación con la prueba total inicial.

Debido a que hay muchas muestras posibles que tomar de una población de ítems, cada una levemente diferente, necesitamos una estimación del promedio de confiabilidad para todas las muestras seleccionadas al azar. Para ello, se utiliza la fórmula de confiabilidad 21 de Kuder-Richardson (KR21) para prueba con ítems correctos e incorrectos, o el

coeficiente alpha de Cronbach para cualquier tipo de ítems (Kerlinger, 1997; Briones, 2003). A causa de que KR21 requiere solo la media aritmética, la varianza y el número de ítems, es la más utilizada. Se asume, sin embargo, que todos los ítems son de igual dificultad, condición que casi nunca se puede cumplir. Sin embargo, da una estimación ligeramente inferior que el procedimiento de las mitades, o de la forma KR20, que tienen menos supuestos que KR21.

Si bien los coeficientes de confiabilidad presentados anteriormente pueden tomarse como índices globales de confiabilidad, es decir, la precisión de las mediciones, el error estándar de esas mediciones y los intervalos de confianza correspondientes son los que tiene mayor interés para la investigación.

Finalmente, en la interpretación de los coeficientes de confiabilidad han detenerse en cuenta las siguientes consideraciones: en primer lugar, el grado de confiabilidad de una prueba está relacionado con su extensión. Es decir, cuanto mayor sea el número de ítems que componen la prueba, mayor será el coeficiente de confiabilidad que se obtiene; y, si se ocupara el total de prueba para someterla a una técnica de confiabilidad, resultaría que la puntación que obtuvieran los sujetos en ella serían sus puntajes verdaderos. En segundo lugar, el grado de confiabilidad depende de una prueba de la homogeneidad heterogeneidad de los sujetos a quienes se les aplica. Así, cuanto menor sea la diferencia biológica y social de los sujetos, mayor será el coeficiente de confiabilidad que se calcule y, a la inversa: a mayor heterogeneidad menor será ese coeficiente. Y, en tercer lugar, la confiabilidad depende de la relación entre la dificultad de la prueba y el nivel de habilidad de los sujetos sometidos a ella. Si una prueba es muy difícil, quedaría por encima de la capacidad de resolución por parte de los sujetos y, en tal caso, pocos la contestarían o un cierto número de ellos podrían contestarla al azar; y, si es muy fácil, la mayoría podría resolverla y la prueba no discriminaría dentro de la variable sometida a medición.

5 | REFLEXIONES FINALES

Después de haber realizado una propuesta o planteamiento teórico, es importante dejar de manifiesto que sólo se trata de un acercamiento inicial de las herramientas del método cuantitativo al desarrollo de la investigación jurídica. No obstante, puede concluirse que tal enfoque cuantitativo proporciona elementos destacados para llevar a cabo una medición en el ámbito jurídico. Luego de desarrollar el enfoque cuantitativo, seguramente se derivarán indicadores importantes que permitirán al investigador una mejor toma de decisiones y/o realizar mejores recomendaciones en el corto plazo y en torno a su objeto de estudio.

REFERENCIAS

Ander-Egg, E. (1997). *Técnicas de investigación social.* Argentina: Editorial Lumen.

Banco Nacional de Comercio Exterior. (2004). *La base de la competitividad de China.* Consejería Comercial de México en Hong Kong.

Briones, G. (2003). *Métodos y técnicas de investigación para las ciencias sociales.* México: Editorial Trillas.

Fix-Zamudio, H. (2001). Investigación jurídica. *Nuevo Diccionario Jurídico Mexicano*. México: Universidad Nacional Autónoma de México y Editorial Porrúa, Tomo I-O.

Galati, E. (2006). Notas sobre investigación jurídica cuantitativa. En *Investigación y Docencia,* (39), Argentina: Fundación para las Investigaciones Jurídicas, 187-206.

Kerlinger, F. N. (1997). *Investigación del comportamiento*. México: Editorial McGraw-Hill.

López, M. (2007). La investigación jurídica en México. Temas, técnicas y redacción. En Cienfuegos, D., y López, M*. (Coordinadores). Estudios en homenaje a don Jorge Fernández Ruiz. Derecho internacional y otros temas.* México: Universidad Nacional Autónoma de México. 243-273.

Medina-Romero, M. A., Hurtado-Tiza, D. R., Muñoz-Murillo, J. P., Ochoa-Cervantez, D. O., Izundegui-Ordóñez, G. (2023). *Método mixto de investigación: cuantitativo y cualitativo.* Perú: Instituto Universitario de Innovación, Ciencia y Tecnología, Inudi Perú. https://doi.org/10.35622/inudi.b.105

Padua, J. (1996). *Técnicas de investigación aplicadas a las ciencias sociales.* México: El Colegio de México y Fondo de Cultura Económica.

Witker, J., y Larios, R. (2007). *Metodología jurídica*. México: Universidad Nacional Autónoma de México y McGraw-Hill.

Zolezzi-Ibárcena, L. (1995). La investigación en el campo del derecho. En Witker, J. (Coordinador). *Antología de estudios sobre la enseñanza del derecho.* México: Universidad Nacional Autónoma de México.

SOBRE O ORGANIZADOR

ADAYLSON WAGNER SOUSA DE VASCONCELOS - Doutor em Letras, área de concentração Literatura, Teoria e Crítica, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB, 2019). Mestre em Letras, área de concentração Literatura e Cultura, pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB, 2015). Especialista em Prática Judicante pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB, 2017), em Ciências da Linguagem com Ênfase no Ensino de Língua Portuguesa pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB, 2016), em Direito Civil-Constitucional pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB, 2016) e em Direitos Humanos pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG, 2015). Aperfeiçoamento no Curso de Preparação à Magistratura pela Escola Superior da Magistratura da Paraíba (ESMAPB, 2016). Licenciado em Letras - Habilitação Português pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB, 2013). Bacharel em Direito pelo Centro Universitário de João Pessoa (UNjPÊ, 2012). Foi Professor Substituto na Universidade Federal da Paraíba, Campus IV – Mamanguape (2016-2017). Atuou no ensino a distância na Universidade Federal da Paraíba (2013-2015), na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (2017) e na Universidade Virtual do Estado de São Paulo (2018-2019). Advogado inscrito na Ordem dos Advogados do Brasil, Seccional Paraíba (OAB/PB). Desenvolve suas pesquisas acadêmicas nas áreas de Direito (direito canônico, direito constitucional, direito civil, direitos humanos e políticas públicas, direito e cultura), Literatura (religião, cultura, direito e literatura, literatura e direitos humanos, literatura e minorias, meio ambiente, ecocrítica, ecofeminismo, identidade nacional, escritura feminina, leitura feminista, literaturas de língua portuguesa, ensino de literatura), Linguística (gêneros textuais e ensino de língua portuguesa) e Educação (formação de professores). Parecerista *ad hoc* de revistas científicas nas áreas de Direito e Letras. Organizador de obras coletivas pela Atena Editora. Vinculado a grupos de pesquisa devidamente cadastrados no Diretório de Grupos de Pesquisa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Orcid: orcid.org/0000-0002-5472-8879.

ÍNDICE REMISSIVO

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

EN CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br
@atenaeditora
www.facebook.com/atenaeditora.com.br

Ano 2023

INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA

EN CIENCIAS SOCIALES APLICADAS

www.atenaeditora.com.br
contato@atenaeditora.com.br
@atenaeditora
www.facebook.com/atenaeditora.com.br

Ano 2023